



BRAND BUILDERS

Webinar

DI COSA PARLIAMO OGGI

Comunicare in un
mondo digitale

Brand Builders:
What's new?

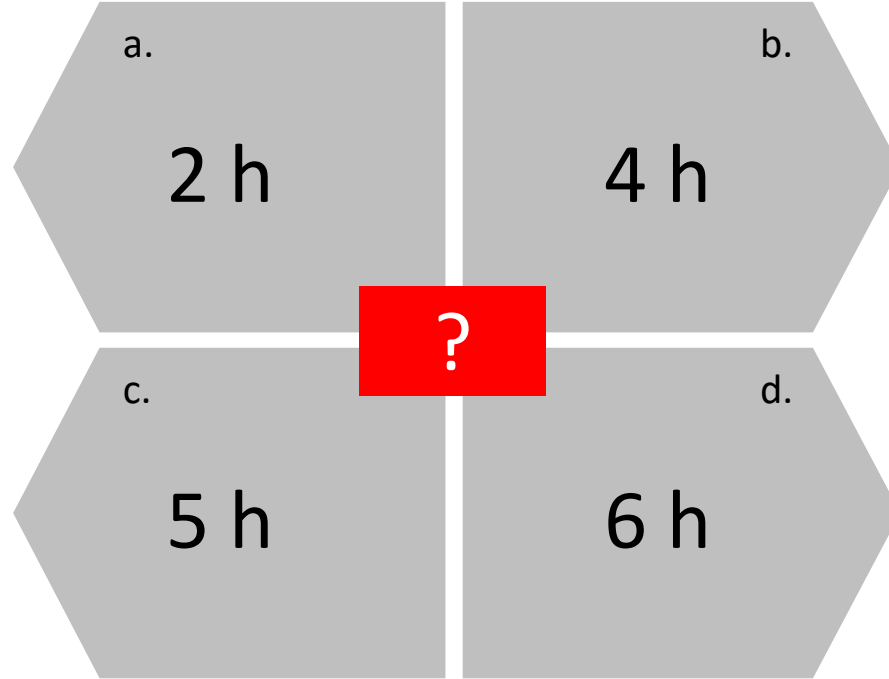
Web reputation &
digital footprint

Netiquette e linee
guida social

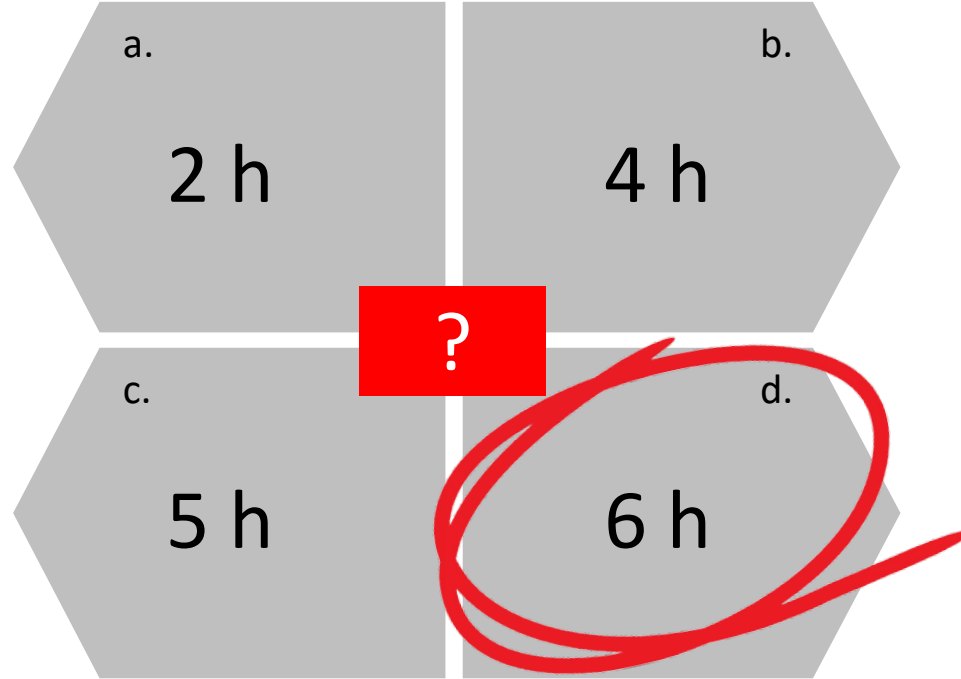
COUNICARE IN UN MONDO DIGITALE



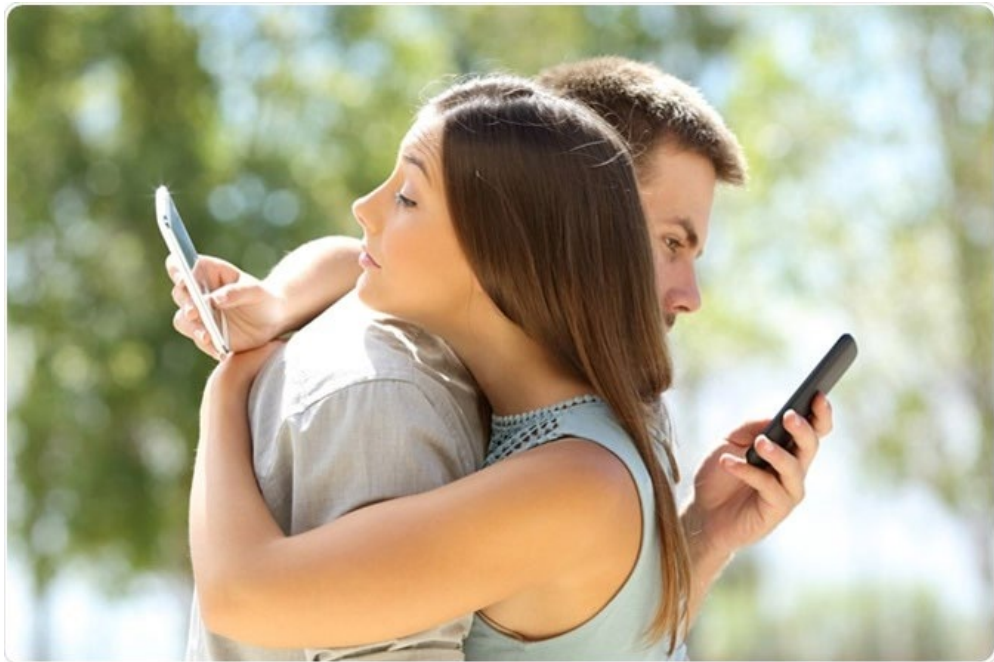
QUANTE ORE TRASCORRIAMO **ONLINE** OGNI GIORNO?



QUANTE ORE TRASCORRIAMO **ONLINE** OGNI GIORNO?



GLI ITALIANI E I SOCIAL MEDIA



Sono oltre **50.7 milioni** gli italiani connessi a Internet, cioè più dell'86% della popolazione. Di questi quasi **44 milioni** usano i social e lo fanno in media per un'ora e quarantotto minuti al giorno.

Sui social network gli italiani stanno soprattutto per **leggere notizie** (47.6%), trascorrere il **tempo libero** (46%), restare in contatto con **amici e familiari** (45.3%).

LINKEDIN: UNO STRUMENTO CHIAVE PER AZIENDE E PROFESSIONISTI



810 MLN

di professionisti
su LinkedIn



64 mln

di decision maker

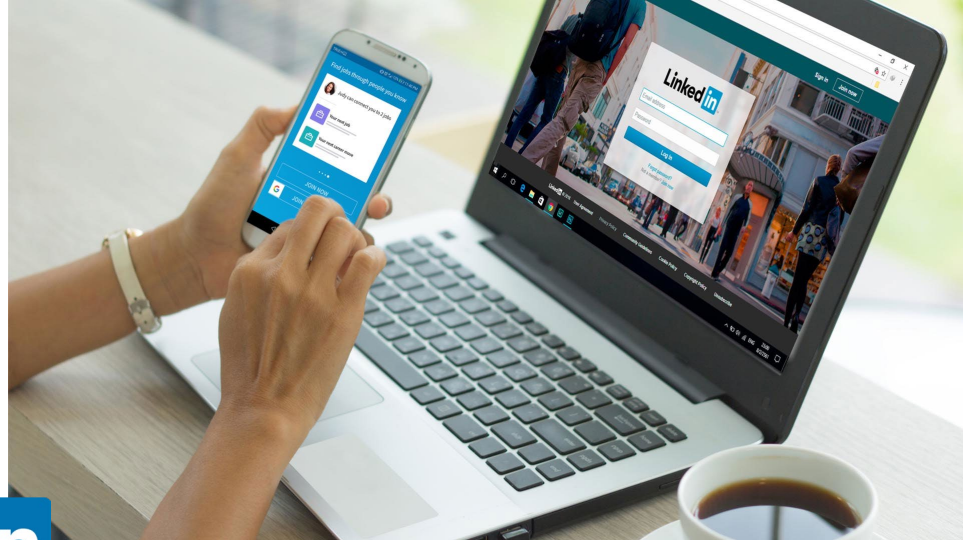
40 mln

di mass affluent

17 mln

di opinion leader

L'Italia è il decimo
mercato al mondo per
LinkedIn e il terzo in
Europa per numero di
utenti.



In Italia LinkedIn conta più di
16 milioni
di utenti

Contenuti

Topic da affrontare



BRAND NEWS

Novità e informazioni sul brand, insight differenti da quelli veicolati dai canali aziendali.
Eventi e relazioni, partnership, traguardi raggiunti, riconoscimenti al team.

NEWS DI SETTORE

Gli argomenti affrontati dovrebbero abbracciare una prospettiva più ampia sull'industria di riferimento e sugli argomenti correlati, come il suo futuro, l'evoluzione e le potenzialità.

OPINIONI PERSONALI

Riflessioni riguardo alle prospettive contemporanee della vita lavorativa: equilibrio tra lavoro e vita privata, felicità sul posto di lavoro, diversità e inclusione, sostenibilità.

NEWSJACKING

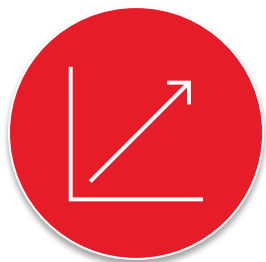
Anche giornate dedicate a temi speciali posso essere dei ganci per parlare dell'azienda o del proprio ruolo all'interno di essa (Festa della donna, giornata mondiale per la scienza, giornata mondiale della gentilezza..)



FREQUENZA

LinkedIn è una piattaforma dove la qualità vince sulla quantità: condividiamo dei contenuti solo quando abbiamo qualcosa di rilevante da condividere con la nostra audience. È infatti preferibile concentrarci sul taglio e l'approfondimento dei nostri contenuti, e non sulla frequenza di pubblicazione.

Un meccanismo Win-Win per professionisti e aziende



Una strategia di **personal branding** efficace garantisce una crescita esponenziale in termini di visibilità e riconoscimento.



Costruirsi un **proprio network** e stimolare conversazioni rilevanti con clienti, prospect, colleghi e opinion leader nella propria industry (sul digitale e non) genera opportunità di business.

Employee advocacy: la potenza del network

La partecipazione attiva di dipendenti, consulenti e manager sui canali social amplifica i contenuti e i messaggi del brand, raggiungendo più persone e sviluppando più interazioni.



Il network generato
dai contatti dei
collaboratori è

10 volte

più numeroso dei
follower dell'azienda.

I contenuti condivisi
dai profili personali
hanno un engagement

2 volte

più elevato di un contenuto
pubblicato da un'azienda.

BRAND BUILDERS

What's new



Nuovi strumenti per coinvolgere e ingaggiare



Piattaforma rinnovata con un layout grafico più semplice e leggero. In homepage un banner annuncia gli eventi e le CTA sulle iniziative più importanti.



Nuove challenge e gadget in premio per i più attivi!

BRAND BUILDERS

[HOME](#) [COMMUNITY](#) [PROGRAM](#) [FAQ](#) [MESSAGES](#) 

Your level

Beginner

12%

Newbie

Filter content by

type keyword



Market Area



Apply

Be a protagonist!

It's time to show your faces! You can become the protagonists and voices of #Webuild!

How? Shoot a selfie at work, in the worksite or in the office and share it with the community. The best photos will be shared on the official #Webuild profiles!

So don't be shy! 📸 #webuilders



[Learn more](#)



New Contract for Lane in South Carolina

Good news for Kershaw County, South Carolina!

Ninety-six million dollars has been earmarked for bridge replacements over the Wateree River. Do you want to know more?

Click to read Lane's press release!
#LaneBrandBuilders

1 PT. [Read more](#)

**LANE CONSTRUCTION
WINS \$96 MILLION BRIDGE
REPLACEMENT PROJECT IN
SOUTH CAROLINA**



Lane

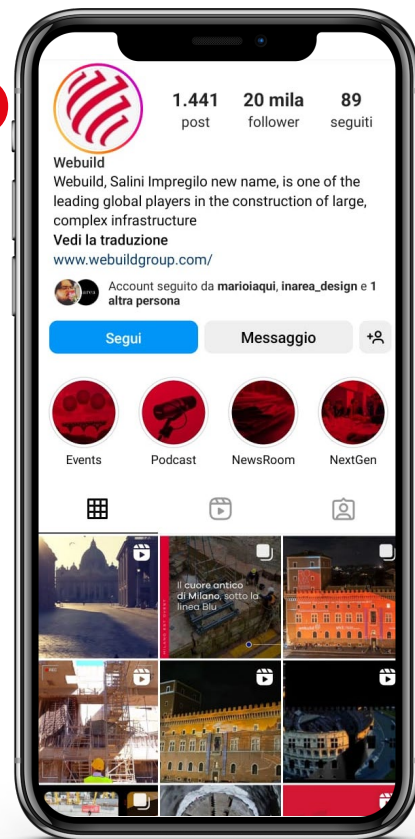
PIÙ CANALI PER UN UNICO OBIETTIVO

Dopo LinkedIn e Facebook, Instagram!

Molti Brand Builders, in particolare i più giovani, sono attivi anche su Instagram. Sfruttiamo questo canale per:

- **intercettare** i loro contenuti e guidarli verso una maggiore visibilità
- **amplificare la presenza digitale** di Webuild
- **incrementare la community** degli advocate
- **espandere il network** oltre la piattaforma.

Potete condividere dai vostri profili Instagram contenuti relativi all'azienda e alle vostre attività utilizzando sempre l'hashtag #Webbuilders e taggando @webuildgroup. Assicuratevi di impostare il vostro profilo come pubblico se decidete di partecipare, altrimenti non saremo in grado di condividere i vostri contenuti.

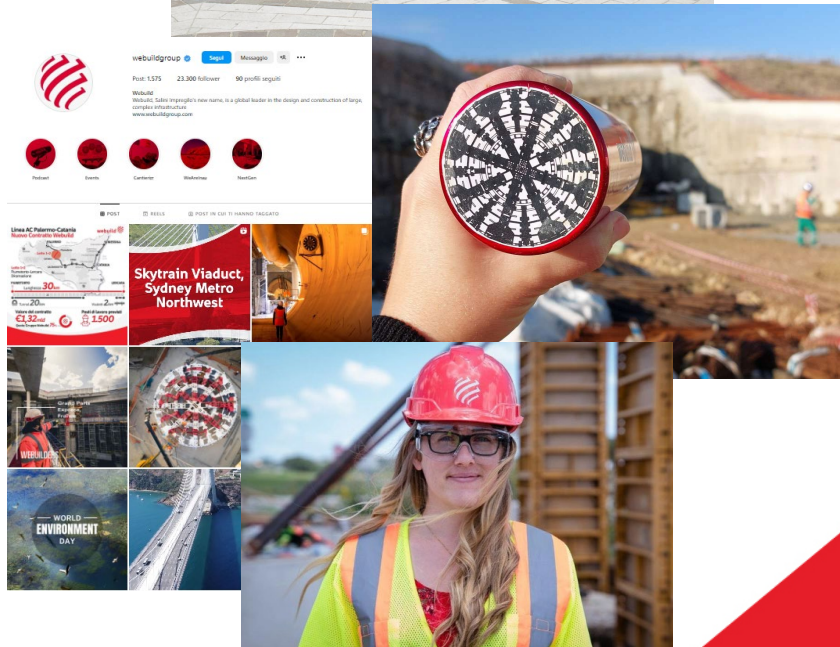


Progetto #Webbuilders!

Mostriamo **il cantiere dall'interno**, scene di vita quotidiana, scorci del luogo di lavoro, i volti dei colleghi e del proprio team non solo al lavoro ma anche nei momenti di riposo e relax, ciò che **ispira le persone e le rende orgogliose e gratificate**.

Attraverso gli **scatti fotografici autentici** e i pensieri delle persone Webuild, mettiamo in luce il **lato emotivo, creativo e umano dell'azienda**, includendo, se non esplicitato, il contesto del messaggio e ciò a cui si riferisce.

Condividete nella **Brand Builders Community** scatti con momenti significativi della vostra giornata lavorativa, i più belli saranno scelti e **condivisi sui canali ufficiali di Webuild**.



Brand Builders in numeri

2018 - 2023 (51+ months)

2.117

Post totali pubblicati
in dashboard

212.760

Interazioni totali su
LinkedIn e Facebook

28.467

Contenuti totali
condivisi dagli
advocate

14.061.400

Impressioni totali
stimate su LinkedIn e
Facebook

WEB REPUTATION & DIGITAL FOOTPRINT



L'INTERATTIVITÀ DEL MONDO DIGITALE HA UN
IMPATTO DETERMINANTE SULLA REPUTAZIONE.



The image features a dense crowd of stylized human figures, rendered in white and grey, arranged in rows that recede into the distance. A single figure in the center of the crowd is highlighted in a bright yellow color. A solid red banner is overlaid across the bottom portion of the image, containing the text "PERCHÉ?".

PERCHÉ?



PRIMA DEL WEB IL
PASSATO RESTAVA NEL
PASSATO.



NELL'ERA DEL WEB IL
PASSATO LASCIA UNA
TRACCIA NEL PRESENTE.

guido barilla



Tutti Notizie Immagini Video Shopping Altro Strumenti

Circa 567.000 risultati (0,82 secondi)

https://it.wikipedia.org/wiki/Guido_Barilla

Guido Barilla - Wikipedia

Guido Maria Barilla (Milano, 30 luglio 1958) è un imprenditore e dirigente d'azienda italiano, proprietario e presidente della multinazionale alimentare ...

[Biografia](#) · [La Fondazione BCFN](#) · [Controversia sul mondo LGBT](#)

<https://www.barilgroup.com/guido-barilla>

Guido Barilla

In seguito alla scomparsa del padre Pietro nell'ottobre 1993, Guido Barilla viene nominato Presidente, carica che detiene ancora oggi. Dal 2009 è inoltre ...

Come si chiamano i figli di Barilla?

Quanti figli ha Guido Barilla?

Feedback

Video



Cosa ha detto Mr. Barilla sui sussidi ai giovani e perché tutti ...

QuiFinanza · QuiFinanza
12 giu 2021



Guido Barilla dice la sua sui sussidi: perché se ne parla

Virgilio Video
12 giu 2021



Sostenibilità, Guido Barilla: i prossimi 5 anni saranno decisivi

Askanews
23 set 2020

https://www.topmanagers.it/manager/guido_barilla

Guido Barilla - Top Manager Reputation

Biografia Guido Barilla ... Dopo gli studi in filosofia, Guido Maria Barilla inizia la carriera in azienda nel 1982 con un'esperienza di oltre due anni all'estero ...

<https://www.huffingtonpost.it/news/guido-barilla-0...>

guido barilla omosessuali - Huffington Post

"Caro Guido Barilla, sono passati quasi due mesi dalle sue dichiarazioni sulle famiglie omosessuali e dal mio intervento. Di L'Huffington Post ...



Altre immagini

Guido Barilla

Presidente della Barilla

Guido Maria Barilla è un imprenditore e dirigente d'azienda italiano, proprietario e presidente della multinazionale alimentare Barilla. [Wikipedia](#)

Nascita: 30 luglio 1958 (età 63 anni), [Parma](#)

Coniuge: Nicoletta Marassi

Libri



Cin cin. La masca del diavol
2007



Così giocano i bambini...
2001

Ricerche correlate

Visualizza altri 1 elementi



Luca Barilla



Paolo Barilla



Nicoletta Marassi



Claudio Colzani

Rivendica scheda informativa

Feedback

UN ESEMPIO?

guido barilla

Tutti Notizie Immagini Video Shopping Altro Strumenti

Circa 547.000 risultati (0,82 secondi)

https://it.wikipedia.org/wiki/Guido_Barilla

Guido Barilla - Wikipedia

Guido Maria Barilla (Milano, 30 luglio 1952) è un imprenditore e dirigente d'azienda italiano, proprietario e presidente della multinazionale alimentare ...

Biografia - La Fondazione BCFN - Controversia sul mondo LGBT

<https://www.barillogroup.com/guido-barilla>

Guido Barilla

In seguito alla scomparsa del padre Pietro nell'ottobre 1993, Guido Barilla è diventato il Presidente, carica che detiene ancora oggi. Dal 2009 è inoltre ...

Come si chiamano i figli di Barilla?

Quanti figli ha Guido Barilla?

Video



Cosa ha detto Mr. Barilla sul sussidio a

QuFinanza - QuFinanza

12 giu 2021



Guido Barilla dice la sua sul sussidio a

Virgilio Video

12 giu 2021



Sostenibilità, Guido Barilla: i prossimi

Asknews

23 set 2020

https://www.topmanagers.it/manager/guido_barilla

Guido Barilla - Top Manager Reputation

Biografia Guido Barilla ... Dopo gli studi in filosofia, Guido Maria Barilla inizia la carriera in azienda nel 1982 con un'esperienza di oltre due anni all'estero ...

<https://www.huffingtonpost.it/news/guido-barilla-o-...>

guido barilla omosessuali - Huffington Post

"Caro Guido Barilla, sono passati quasi due mesi dalle sue dichiarazioni sulle famiglie omosessuali e dal mio intervento. Di L'Huffington Post ...



https://www.topmanagers.it/manager/guido_barilla

Guido Barilla - Top Manager Reputation

Biografia Guido Barilla ... Dopo gli studi in filosofia, Guido Maria Barilla inizia la carriera in azienda nel 1982 con un'esperienza di oltre due anni all'estero ...

<https://www.huffingtonpost.it/news/guido-barilla-o-...>

guido barilla omosessuali - Huffington Post

"Caro Guido Barilla, sono passati quasi due mesi dalle sue dichiarazioni sulle famiglie omosessuali e dal mio intervento. Di L'Huffington Post ...

Ricerche correlate



Luca Barilla



Paolo Barilla



Nicoletta Marassi



Claudio Colzani

Rivendica scheda informativa

Feedback



LA REPUTAZIONE È DATA
DA QUESTA
TRACCIA

NETIQUETTE



Linee Guida Social



Condividere sempre foto a fuoco e ben scattate (anche se ovviamente non professionali).



È importante che le immagini ritraggano il cantiere (anche con voi all'interno, ma deve sempre vedersi il cantiere, per contestualizzarle al meglio).



Attenzione alla sicurezza: assicuratevi sempre che le foto che scattate e che inviate rispettino i criteri di sicurezza in cantiere.



Accompagnate sempre le vostre foto con brevi descrizioni di ciò che ritraggono (ogni foto deve avere una storia dietro).



Inviare le foto sulla community e inviatecele via DM sui canali social ufficiali Webuild.

Linee Guida Social



Ricordate, nel caso postiate direttamente sui vostri canali, di taggare sempre i canali ufficiali Webuild.



Non condividere aspetti 'sensibili' (nel rispetto del contratto e degli accordi di riservatezza se presenti).



Le storie su IG sono i contenuti che funzionano meglio per la condivisione di comunicazioni 'veloci'.



Cercate di ritrarre momenti salienti della vita di cantiere e della vostra attività lavorativa caratterizzanti l'utilizzo di strumenti particolari sul lavoro o viste del cantiere immerso nel contesto, anche geografico, in cui si trova.



Ricordate sempre che voi siete i 'nostri occhi sul cantiere' e avete la possibilità di raccontarci aspetti particolari e curiosità prima che arrivino in loco gli 'organi ufficiali'.

Progetti e tematiche delicate



Alcuni cantieri o tematiche che riguardano Webuild sono particolarmente sensibili per l'opinione pubblica; prima di comunicare qualsiasi cosa a riguardo dai vostri profili, è importante consultarsi con l'ufficio comunicazione e consultare le linee guida social.

4 cose da tenere a mente..



1

RIFLETTERE BENE SULLE PROPRIE AZIONI

Il mondo digitale ha la **memoria lunga** e ogni azione negativa può rimanere come una macchia reputazionale nel corso degli anni.



2

NIENTE È PRIVATO NEL MONDO DIGITALE

Se non conservate con cura conversazioni, dati e informazioni private rischiano di finire in mani sbagliate oppure creare incomprensioni.



3

TUTTI ASCOLTANO E OSSERVANO

In un mondo digitale interconnesso, fatto di interazioni e dialogo, tutti ascoltano e osservano, anche gli stakeholders e stampa.



4

NON ALIMENTARE DISCUSSIONI

Non rispondete a commenti negativi che potrebbero dare adito a discussioni, ma informate tempestivamente il team comunicazione.

Thank you

