

MONITORAGGIO E RIESAME

Social Network

Anno di riferimento: **2024**

A cura di
Daniela Brogi, Delegata del Rettore ai Social Network
e dell'Ufficio comunicazione (Susanna Bruni e Marta Mantovani)

Validato dal PQA	Seduta del	21.07.2025		
Approvato dal SA	Seduta del	30.07.2025		

Premessa

Il seguente documento viene prodotto per la prima volta. Non ci sono, pertanto, indicatori di monitoraggio e riesame desunti da documenti precedenti. Si produce quindi per l'anno 2024 una relazione dell'attività relativa alla comunicazione social, non un effettivo documento di monitoraggio e riesame, che sarà prodotto relativamente alle attività del 2025 sulla scorta della programmazione redatta in concomitanza con questo documento.

Si troverà pertanto di seguito:

- Un breve riepilogo per la *Relazione annuale* del Rettore
- Una relazione delle attività svolte nel corso dell'anno solare 2024
- La segnalazione degli input raccolti
- Conclusioni

Riepilogo per la *Relazione annuale* del Rettore (max. 2000 battute)

Nell'anno 2024 è stata realizzata un'intensa attività di pubblicazione sugli account di ateneo delle piattaforme Facebook, Instagram e X, per un totale di circa **900 post su Facebook e Instagram**, oltre a varie uscite in formato "storia" su entrambi i canali, e circa 4 tweet settimanali dal canale X (che ha raggiunto nel 2024 circa 5.800 follower).

In particolare sono stati promossi:

- eventi istituzionali e di ateneo
- eventi promossi dal Dipartimento e dai vari centri di ateneo
- eventi promossi dai singoli docenti (seminari, convegni ecc.) e eventi esterni rilevanti per gli studenti (spettacoli, concerti, eventi sportivi ecc.)
- bandi, offerte di lavoro e placement, borse di studio ecc.
- notizie riguardanti orari straordinari di apertura o chiusura degli edifici universitari.
- Azioni di informazioni tese a valorizzare uno scambio vivace tra Ateneo e territorio

A partire da luglio 2024 è stata realizzata la campagna social dedicata alle immatricolazioni, che dal 1 ottobre e fino al 31 dicembre 2025 è stata presa in carico dall'agenzia di comunicazione DINAMO.

Su suggerimento della stessa agenzia, a partire dalla fine del 2024, la pubblicazione di contenuti sui social di ateneo è stata ridotta da 3/4 post al giorno a 1 post al giorno.

Relazione estesa delle attività svolte nel corso dell'anno 2024

Come per il 2023, tramite un confronto continuo con la delegata, la struttura per la Comunicazione si è occupata dei post in uscita sui canali Instagram e Facebook di ateneo; la delegata ha personalmente curato la pubblicazione dei contenuti sulla piattaforma X o il monitoraggio delle interazioni social nei giorni festivi.

In particolare il lavoro ha riguardato

- la progettazione (attraverso riunioni o scambi regolari appositi) dei contenuti;
- la creazione (da parte della Dott. Mantovani) di format di riferimento per le locandine degli eventi;
- la **revisione/preparazione di testi** – con relativi tag e hashtag per favorire la diffusione – e soprattutto la **realizzazione di grafiche specifiche** a seconda dei formati richiesti dai due canali. Sono state create campagne su eventi istituzionali ma anche su tutti gli eventi promossi da strutture e singoli docenti, nonché su eventi esterni rilevanti per il territorio e per gli studenti (bandi ed iniziative di importanza locale e nazionale, spettacoli teatrali e concerti, eventi sportivi eccetera). L'ufficio ha inoltre gestito problematiche (aprendo ticket via chat e via telefono con gli uffici di Meta Platforms nel regno Unito) relativamente all'utilizzo dei post a pagamento.

-

Durante tutto l'anno sono state prese in carico quotidianamente le richieste effettuate dagli utenti via chat, commenti e messaggi, smistandole agli uffici competenti.

In totale, nel 2024, sono stati pubblicati **circa 900 tra post su Facebook e Instagram**, oltre a varie uscite in formato "storia" su entrambi i canali. Il canale Twitter/X ha pubblicato, nel 2024, una media di quattro contenuti settimanali.

Tra la primavera e l'estate è stata inoltre approntata la **campagna social per le immatricolazioni**, che ha visto l'ideazione e la realizzazione di grafiche specifiche. I relativi post sono stati pubblicati a partire dal 25 luglio (124 post/storie più circa 50 post a pagamento). Dal primo ottobre la gestione della campagna è passata all'agenzia di comunicazione Dinamo con cui sono stati mantenuti i contatti per collaborare nella pubblicazione delle varie notizie.

A partire dai primi di novembre, una volta conclusasi la prima fase della campagna dell'agenzia Dinamo - seguendo i consigli dei professionisti della stessa agenzia, e d'accordo con la delegata e

il gruppo di lavoro sulla comunicazione - si è optato per effettuare un numero inferiore di pubblicazioni (attestandoci su circa 1 post al giorno esclusivamente nei giorni feriali). Infatti, ci è stato suggerito che pubblicare – come facevamo in precedenza – circa 3 se non più post al giorno è controproducente ai fini della promozione delle iniziative di ateneo.

Questi i dati relativi all'anno 2024 - al 31 dicembre 2024 (tra parentesi l'incremento rispetto all'anno precedente):

- FACEBOOK 25.845 (+ 1.148)
- INSTAGRAM 9.554 (+ 1.767)
- X 5.726 (+900)
- Reach (visualizzazioni uniche) + 3.4% per FB e + 43.9% per IG
- Content interaction (click, commenti, condivisioni ecc.) -19.7% per FB +100% per IG

EVENTUALI INPUT RACCOLTI DA ORGANI o CANALI DI ASCOLTO

N.B. Eventuali osservazioni, suggerimenti o reclami provenienti dalle fonti elencate in questa tabella devono essere presi in carico nella valutazione di riesame che segue

Fonte dell'input	Data di ricezione dell'input	Documento di riferimento (riunione verbalizzata, relazione, comunicazione via email o altro documento)	Contenuti
Riunioni periodiche del Nucleo di comunicazione dell'Ateneo (Rettore, Delegata alla Comunicazione e ai media, Delegata ai Social Media, Delegato alla democrazia accademica e alla sostenibilità, ufficio comunicazione)	Riunioni del 16 gennaio 2024, 22 aprile 2024, 6 maggio 2024, 3 giugno 2024, 8 luglio 2024, 7 ottobre 2024, 4 novembre 2024	Verbali delle riunioni	Nel corso delle riunioni del Nucleo di comunicazione la Delegata ai social ha aggiornato il nucleo sulla pubblicazione dei contenuti social inerente a iniziative specifiche.

Confronto dell'ufficio comunicazione con i professionisti dell'Agenzia di Comunicazione DINAMO	Settembre/Novembre 2024	Mail e telefonate	L'agenzia DINAMO ha suggerito di effettuare un numero di pubblicazioni sui social sensibilmente inferiore a quello in essere (massimo 1 post al g nei giorni feriali vs 3/4 post al giorno).
---	-------------------------	-------------------	--

CONCLUSIONI

Tutto il 2024 è stato dedicato a un'intensificazione della comunicazione Social, non solo a livello quantitativo e qualitativo, ma in termini di costruzione di un potere capillare di raggiungimento della comunità studentesca e del territorio locale, nazionale e internazionale.

Per supportare al meglio l'esercizio di questa attività, la Delegata e l'Ufficio Comunicazione si sono tenute in contatto regolarmente, aggiungendo a questo scambio le riunioni mensili del Nucleo Comunicazione (formato dal Rettore, dalle Proff Baldini, Brogi, Tabusi e dalle Dott. Bruni e Mantovani); i confronti con la Delegata alla Comunicazione e ai Media; la collaborazione con il Centro Servizi Audiovisi di Ateneo, e gli scambi, per quanto riguarda la campagna immatricolazioni del 2024, con l'Agenzia esterna incaricata.

L'identità social e "visiva" dell'Università per Stranieri di Siena ha ottenuto, grazie al lavoro sulle piattaforme, una visibilità e un riscontro rilevanti e strategici, che dunque andranno particolarmente sostenuti, anche in futuro, nell'interesse dell'Ateneo.