



## Social media welfare hub

La community dei social media manager per  
il welfare



**Il progetto**

## Mission

**SwHub** è un tavolo di **confronto** periodico tra **operatori del Welfare** e **professionisti della comunicazione**

In che modo?

- analisi di come **Fondi Pensione, Fondi Sanitari** e **Casse di Previdenza** usano i **social**, con l'obiettivo di individuare le **best practice** e i **risultati** raggiunti dal sistema
- promozione di una **maggiore conoscenza sull'uso dei social nel settore**
- supporto ai professionisti per comprendere il panorama comunicativo odierno e per individuare le modalità di comunicazione e il *tone of voice* più adatti a questi canali.

## Governance

### Il ruolo di Mefop

- curiamo l'organizzazione degli incontri
- attraverso un gruppo di lavoro dedicato, elaboriamo il piano editoriale strategico del progetto e lo condividiamo con la community SwHub anche attraverso specifici **momenti informativi/formativi per il Settore del Welfare.**



## Che facciamo



### Report periodici

ogni anno **realizziamo 6 report**, di cui **3 di monitoraggio** sull'uso dei social da parte degli operatori del Settore e **3 di approfondimento** dedicati alle tematiche individuate dal Piano Strategico annuale.



### Contenuti editoriali

sulla base del **Piano Strategico** annuale, gli **aderenti a SWHub** **producono contenuti di approfondimento** relativi al Welfare e al mondo della comunicazione.



### Formazione e informazione

**organizziamo periodicamente incontri e attività di formazione/informazione** su tematiche legate al Welfare e alla comunicazione digitale.



I report

## I report

### REPORT DI MONITORAGGIO SUGLI ENTI

- Ogni anno viene prodotto un report su ogni nostro stakeholder (Fondo pensione, Fondo sanitario, Casse di previdenza) dove sono analizzate e messe a confronto le diverse realtà e le loro attività social

### REPORT DI APPROFONDIMENTO

Ogni anno vengono prodotti report più tecnici su tematiche legate ai social media.

- Es. # più utilizzati nel settore del welfare
- Es. parole più di tendenza che creano community nel settore
- Es. Post più funzionali (Video, Testo, Immagini?)
- Es. Utilizzo dei ADS a pagamento. Strategie migliori.

#### Dimensione temporale

Definisci il periodo temporale di riferimento della rilevazione.



#### Piattaforme

Scegli la piattaforma (o le piattaforme) social al centro del report.



#### Keyword

Svolgi l'analisi su una o più keyword e sugli eventuali trending topic connessi.



#### Metriche

Individua le metriche quantitative e/o qualitative oggetto del report.





**Il progetto formativo**  
**LA COMUNICAZIONE DEGLI ENTI DI WELFARE SUI SOCIAL MEDIA**



## LA COMUNICAZIONE DEGLI ENTI DI WELFARE SUI SOCIAL MEDIA

- DESTINATARI

Direttori, responsabili comunicazione degli enti di welfare che intendono acquisire competenze sulla comunicazione attraverso i social media.

- OBIETTIVI

Il percorso vuole offrire al partecipante una conoscenza approfondita dei principali social-media oggi diffusi; in particolare saranno approfondite per ogni canale le diverse strategie, gli strumenti a disposizione, il differente tono di voce. L'esperienza maturata in questi tre anni con SWHub offrirà al partecipante la possibilità di interagire con professionisti che operano nel campo della comunicazione social per il settore del welfare analizzando casi di studio concreti.

- STRUTTURA

3 lezioni in aula per una durata totale di 12 ore di formazione.

## Calendario e programma

### CALENDARIO

-  mercoledì **16 ottobre** 14.30 - 18.30
-  mercoledì **23 ottobre** 14.30 - 18.30
-  martedì **29 ottobre** 14.30 - 18.30

### PROGRAMMA

- ▶ Ideare, creare e gestire campagne di social media marketing per un ente di welfare
- ▶ La scelta dei social network più efficaci: Facebook, Twitter, YouTube, Instagram, Tik Tok
- ▶ La progettazione del profilo/pagina social e dei relativi contenuti
- ▶ Pianificare e gestire un media planning
- ▶ Analizzare e monitorare la comunicazione social: strumenti di rilevazione dati
- ▶ Individuare e realizzare azioni di engagement per il welfare attraverso i social media
- ▶ Gli influencer: uno strumento possibile per il welfare?

Il corso si svolgerà in presenza a Roma.



**PER ISCRIVERTI COMPILA LA  
FORM SUL SITO MEPOP**

## Come entrare nella community (1)

**L'adesione a SwHub è riservata a società e/o liberi professionisti** che svolgono attività di Social Media Marketing.

Per aderire è **necessario**:

- **compilare il form su [swhub.it](https://www.swhub.it)** indicando nome, cognome, indirizzo email e nome dell'azienda/ente di appartenenza.
- **caricare il portfolio dei lavori** svolti come social media manager. Qualora presenti, è possibile inoltre indicare eventuali clienti del settore per i quali si è lavorato.

**Le richieste di adesione saranno vagliate dal Comitato operativo.**

## Come entrare nella community (2)

La formula di adesione è quella della **partecipazione attiva**: una volta ammesso l'**aderente si impegna**, sulla base del Piano Strategico Annuale, **a proporre** – e successivamente a realizzare – **almeno un report sull'uso dei social nel Welfare in Italia**.

I report prodotti saranno pubblicati in **co-branding** tra la Società che lo ha realizzato e SwHub. Alle società che partecipano al progetto viene data visibilità nella sezione dedicata agli aderenti sostenitori della home page.

Founder



La nostra Community



## Mefop e Swhub

Mefop con il Swhub vuole essere un luogo di confronto tra professionisti e un punto di riferimento per le società di comunicazione che vogliono lavorare nel settore attraverso:

- semplificazione del messaggio normativo
- aggiornamento continuo sui temi e le novità

### Vantaggi per i nostri soci

- allargamento dell'offerta di servizi attraverso i report
- maggiore conoscenze delle società che offrono il servizio ai fondi e alle casse



Grazie

[info@swhub.it](mailto:info@swhub.it)