

COMUNICAZIONE
DIGITALE

**FALLI
CRESCERE**

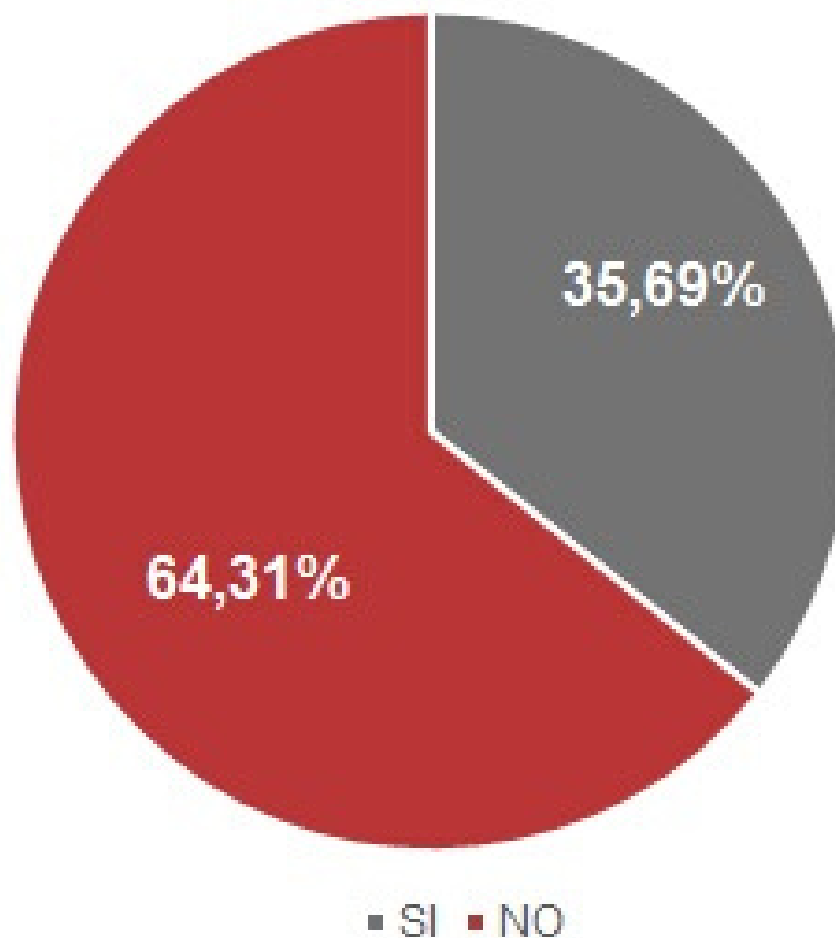
**NON LI
ABBANDONARE**

Come prenderci cura
dei nostri nuovi canali

Piccoli suggerimenti
pratici per i Musei



Avete attivato nuovi canali social (o riattivato canali silenti) dopo la chiusura?



Più di un terzo dei Musei ha attivato nuovi canali social o ha riattivato canali social per i quali avevano creato un account, ma che erano rimasti del tutto o in gran parte inutilizzati.

Nuovi canali attivati

5,81%

5,81%

8,14%

10,47%

26,74%

44,19%

■ YouTube

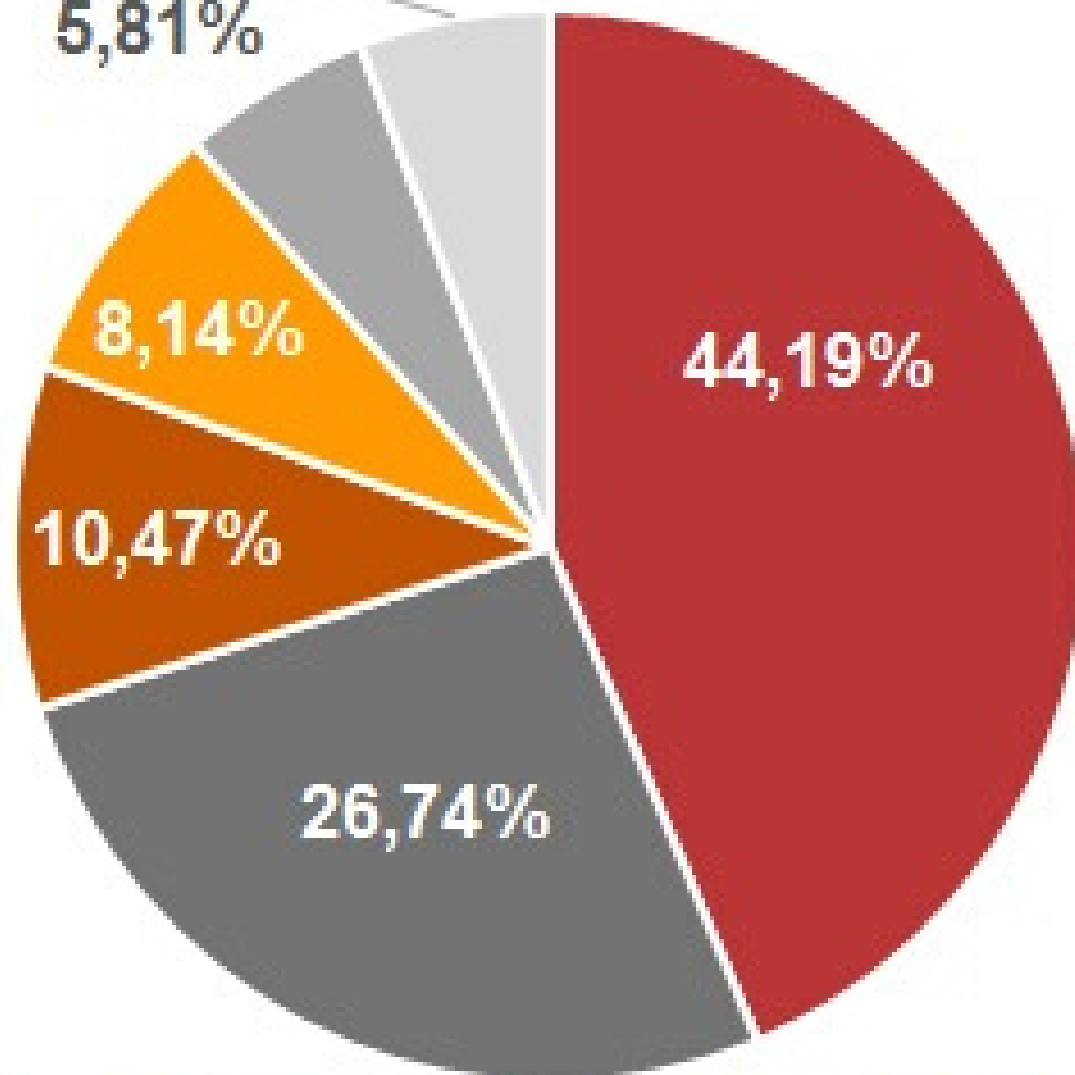
■ IG

■ Facebook

■ Spotify e altri podcast

■ Twitter

■ Altro



Circa il 70% dei Musei che hanno risposto SI alla domanda "Avete attivato nuovi canali social (o riattivato canali silenti) dopo la chiusura?" ha dichiarato di aver aperto un nuovo canale social. Di questi:

- il 44% ha aperto un canale YouTube
- il 27% ha aperto un account Instagram
- il 10% ha aperto una pagina Facebook
- l'8% ha attivato un account su piattaforme su cui poter caricare podcast (Spotify, Spreaker, etc.)
- il 6% ha attivato Twitter

Dunque **YouTube** grande protagonista!

Si riscontra tuttavia come all'attivazione di un nuovo canale spesso non corrisponda una scelta editoriale precisa e in diversi casi sembra mancare completamente l'idea di un calendario di pubblicazione (contenuti distribuiti nel tempo).

FALLI

CRESCERE

COMUNICAZIONE
DIGITALE

*Piccoli suggerimenti pratici
per i Musei*

Dall'analisi dei canali YouTube aperti dalle Istituzioni museali durante il periodo di chiusura forzata si evince che, in preparazione dell'avvio del nuovo *medium*, sia stata prodotta una certa quantità di contenuti video.

Pur riscontrando la volontà di individuare delle linee editoriali (ad esempio con la creazione di rubriche o di filoni tematici), i contenuti sono stati **caricati massivamente, in un arco di tempo molto ristretto**. Questo ha comportato che, in molti casi, non si sia potuto capitalizzare gradualmente l'interesse da parte del pubblico e il canale non sia dunque cresciuto in maniera organica.

DOSARE LA PUBBLICAZIONE...

... avere dei contenuti pronti non vuol dire pubblicarli tutti allo stesso momento.

CIRCOLO VIRTUOSO...

... aprire un nuovo canale vuol dire sostenerlo e farlo conoscere attraverso gli altri canali digitali dell'Istituzione.

CHIAMATA ALL'AZIONE...

... aprire un nuovo canale YouTube vuol dire invitare i nostri contatti a seguire il canale. Se infatti su altre piattaforme l'utente si reca a prescindere, per YouTube è fondamentale che l'utente sia informato della presenza di nuovi contenuti e ciò avviene automaticamente se è iscritto al canale.

NON LI

ABBANDONARE

COMUNICAZIONE
DIGITALE

*Piccoli suggerimenti pratici
per i Musei*

La maggiore disponibilità di tempo da parte delle risorse umane dell'Istituzione durante il periodo di chiusura forzata, ha comportato che la produzione interna di video sia aumentata esponenzialmente.

I nuovi canali, così come quelli silenti recuperati in questi mesi, si sono dunque trovati nel giro di pochissimo tempo ad essere popolati da una grande quantità di contenuti.

Se nei mesi di aprile e maggio abbiamo riscontrato anche più pubblicazioni al giorno, da metà maggio, nella maggior parte dei casi, la frequenza si è andata molto riducendo, lasciando nell'utente l'impressione che il canale sia stato particolarmente attivo nel periodo di chiusura, ma tornerà presto nell'oblio.

DARE CONTINUITA'...

... alle rubriche e/o ai filoni tematici avviati. Indipendentemente da quanto fatto durante il periodo di chiusura, è fondamentale non lasciar morire le linee editoriali avviate, anche se la frequenza di pubblicazione sarà per forza di cose ridotta.

RIPRENDERE I CONTENUTI...

... averli pubblicati su YouTube, non vuol dire che non possano avere una nuova vita. Avete ripreso la rubrica sul Vostro sito? Avete ricordato attraverso gli altri canali social e/o in newsletter che è possibile andare a recuperare i contenuti prodotti in questo periodo di grande fermento?

MONITORAGGIO. NUOVI CONTENUTI...

... analizzare i contenuti che hanno avuto un maggiore e migliore riscontro e investire le risorse attuali per proseguire l'attività in questa direzione.