

PUBBLICAZIONE SUI SOCIAL NETWORK DI CONTENUTI SPORTIVI

Comunicare sempre, comunicare bene. Dal corso di smarthphotography che si è svolto all'interno del progetto Formattivo è emersa con forza la necessità anche per le realtà sportive e per tutti gli sportivi di comunicare (e bene) l'attività sportiva.

Le nuove tecnologie ed i comportamenti si evolvono continuamente, così come lo sport. La continua **contaminazione tra sport e social network** sta decisamente modificando il panorama sportivo globale. Una nuova era, ormai da qualche tempo in cui tifosi, giocatori, appassionati di sport e di fitness sono "connessi" ad un'informazione costante, non mediata, in cui ognuno condivide sempre più contenuti legati alla propria attività sportiva o alla propria passione con piattaforme digitali che hanno cambiato radicalmente il comune modo di comunicare.

Ad ogni livello il mondo dello sport **si deve continuamente e necessariamente sempre adattare ed aggiornare** ad ogni nuovo strumento che il mondo digital propone. Non è semplicemente un impegno, è una grande opportunità con cui ogni realtà sportiva, ogni sportivo stesso può trasmettere e condividere la propria passione, la propria grinta, i risultati ed il proprio benessere.

Oggi, quotidianamente 1,5 miliardi di persone accedono a Facebook almeno una volta al mese, 1 miliardo si connette ogni giorno, per un totale di 45 minuti di tempo di permanenza media giornaliera di ogni utente sui social.

Stando a questi dati emerge chiaramente che al giorno d'oggi è praticamente impossibile pensare che la comunicazione sportiva ma non solo, non passi anche attraverso queste piattaforme. I social sono diventati da diverso tempo una risorsa vitale per la diffusione dei contenuti e delle notizie.

A livello di contenuti sportivi, gestire una *strategia di comunicazione marketing nei social network* non è così banale come è come gestire il proprio profilo personale. Per prima cosa si sta parlando di un argomento specifico: l'attività sportiva, ed ogni "editore" deve conoscere bene i "fan" a cui ci si rivolge. Quindi è importante capire quali sono i contenuti migliori per essere creati e come condividere, (e attraverso quali canali) per aumentare l'interazione delle persone sulla piattaforma social e costruire così una vera **comunità online**.

E' molto importante saper usare correttamente gli hashtag. Questi sono delle etichette utili a catalogare contenuti di varia natura, come testi foto, o video, utili anche a chi usa i social in modo professionale. Gli hashtag scelti in modo appropriato possono portare i contenuti che postiamo ad essere più "viral" ad attirare l'attenzione di un pubblico maggiore, ad aumentare i like, e quindi portano i contenuti ad essere più efficaci. Inizialmente l'hashtag comparì inizialmente per Twitter nel lontano 2007, come un modo per **creare argomenti chiave. Poi quel comportamento digitale si** è poi diffuso anche su altri social, come Facebook, Instagram e Youtube.. e i blog., la sua principale utilità è migliorare la ricerca sui social.

L'obiettivo quando si posta un contenuto sportivo infatti, è quello dell'efficacia del messaggio che vogliamo dare, ed è inoltre da non trascurare il fattore "aggregante" che questi contenuti possono creare, unendo e connettendo tifosi e appassionati da ogni parte del mondo.