



Project Number: 2015-1-ES01-KA202-016077

Identità Digitale Personale

Una guida per gli insegnanti su come addestrare gli studenti riguardo al tema della reputazione Web



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



Project Number: 2015-1-ES01-KA202-016077

Contenuti

1. Identità digitale.....	3
1.1. Come definire l'identità digitale.....	4
2. L'identità digitale e le regole per creare una buona reputazione	5
2.1. Come mantenere e migliorare la propria reputazione.....	6
2.2. Partecipazione attiva	7
3. Strumenti per controllare la reputazione online	9
3.1. Egosurfing.....	10
3.2. Fingerprint.....	11
3.3. Futuro.....	12
4. Creare.....	13
4.1. Solomo (Social media).....	13
4.1.1 Web 2.0 – Il vostro nome o marchio (domain, email, blog, Forum, wikis)	13
4.1.2 Social Network (Twitter – Facebook - Google+)	15
4.1.3 Portfolio professionale (Linkedin - Slideshare).....	17
4.2. SoLomo (Geolocation)	18
Multimedia (Pinterest - Instagram - Youtube).....	19
4.3. SoloMo (Mobile)	19
4.3.1 Smartphones/tablets.....	20
4.3.2 Tecnologie indossabili.....	20
5. Controllo	20
5.1. Alerts.....	21
5.1.1 Google alerts	21
5.1.2 Youtube Insight	21
5.1.3 Facebook Insight.....	21
5.2. How Sociable.....	22
5.3. Tweetreach	22
6. Come migliorare.....	22
6.1. Hootsuite	23
6.2. Tweetdeck.....	23
7. Esempi.....	24
8. Continuare e pianificare	25





Project Number: 2015-1-ES01-KA202-016077

1. Identità digitale

Come la sua controparte umana, un'identità digitale è composta da caratteristiche, o attributi, come i seguenti:

- Username e password
- Data di nascita
- Social security number
- Storia medica
- Attività di ricerca online, come transazioni elettroniche
- Storia o comportamenti d'acquisto

Ogni nostra interazione nello spazio digitale fornisce dati su ciò che facciamo su tale spazio, che è prezioso per favorire l'individualizzazione comportamentale, la personalizzazione, il marketing mirato, reputazione digitale e altri social media o servizi social di grafici. In altre parole, noi abbiamo un'impronta digitale che è grande quanto il numero di individui o entità con cui interagiamo.

L'identità digitale può essere definita come tutte le informazioni online e i dati specifici riguardanti un individuo. La vostra identità digitale è formata da quattro categorie di informazioni / dati:

- Elementi di autenticazione: indirizzo email, nome utente, password, cognome, nome, alias, indirizzo IP, etc.
- Dati: personali, amministrativi, occupazionali, bancari, sociali, etc.
- Identificatori: fotografie, logo, immagini, avatar, etc.
- Tracce digitali: contributi a sistemi di gestione di contenuti pubblici come Twitter, YouTube, Wikipedia, etc.

Un'identità digitale è un'identità online o in rete adottata nel cyberspazio da un individuo, da un'organizzazione o da dispositivo elettronico. In termini di gestione dell'identità digitale, temi chiave sono quelle riguardanti la sicurezza e la privacy. Social network online come [Facebook](#) e [MySpace](#) permettono alle persone di mantenere un'identità online con una sovrapposizione tra il contesto online e il mondo reale. Queste identità sono spesso create per riflettere un aspetto specifico o una versione ideale di sé stessi. Le rappresentazioni includono immagini, comunicazioni con altri "amici" e adesioni a gruppi nella rete. L'identità digitale sono i dati che univocamente descrivono una persona o una cosa e contengono informazioni riguardo alle relazioni dei soggetti. Un problema cruciale nel cyberspazio è sapere con chi stiamo interagendo. Attualmente non ci sono modi per determinare precisamente l'identità di una persona (può essere cambiata, mascherata o abbandonata e se ne possono creare nuove) nello spazio digitale. Questi utenti progettano più di un'identità digitale attraverso più comunità. Nonostante ci siano molti sistemi di autenticazione e identificatori digitali che provano a risolvere questi problemi, continua a esserci la necessità di un sistema di identificazione unificato e verificato. Inoltre, vi sono i temi riguardanti la privacy e la sicurezza che sono legati all'identità digitale.

Dalla sua nascita, Internet è diventato un'entità globale di milioni di persone ogni giorno. "Internet permette alle informazioni di fluire con una libertà mai avuta prima (Solove, 17). Dunque, ci stiamo muovendo verso un mondo dove un registro permanente di informazioni delle persone—inclusi i

about.me

A Personal Page About You

Show people what matters the most to you.

Get My Personal Page



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



Project Number: 2015-1-ES01-KA202-016077

misfatti passati—più essere trovato online, perseguitandoci potenzialmente per quello che abbiamo fatto. Detto ciò, quando usiamo Internet, dobbiamo capirne la grandezza. Una volta che le informazioni sono online, non hanno modo di uscirne. Perciò, dobbiamo essere prudenti riguardo alle nostre informazioni che mettiamo su Internet, dal momento che la nostra identità digitale può diventare importante quanto quella fisica. Fortunatamente, ci sono alcuni metodi per gestire il modo in cui siamo percepiti online. Dovreste dare un'occhiata ai vostri social network e decidere quale volete usare in modo privato e quale volete usare professionalmente. Ciò spinge a rendere la maggior parte dei tuoi post su Facebook privati e a ripulire dai contenuti che condividete sulle altre piattaforme. E' quasi impossibile nascondere il proprio social media ai futuri datori di lavoro.

Per creare un'identità digitale e mostrare al mondo chi siete, prima avete bisogno di capire cosa contribuisce a formare la vostra immagine.

1.1. Come definire l'identità digitale

Dovete sapere chi siete, qual è la vostra storia e, soprattutto, legarvi a quella storia. Dovete essere sinceri con voi stessi. Conoscendo i vostri punti di forza e le vostre debolezze, sarete in grado di evidenziare quegli aspetti che vi distinguono dalle altre persone. E non sforzatevi di essere qualcosa che non siete. Dovete essere coerenti. Questo riguarda tutti gli aspetti del vostro marchio personale. Mostrate voi stessi in ogni cosa che fate, o rischiate di apparire non credibili. Questo significa gestire le varie piattaforme su cui già siete. Provate a fare una verifica dei social media per assicurarvi che le vostre piattaforme digitali siano conformi al vostro brand personale e per capire come vorreste essere percepiti dagli altri. Ancora meglio, chiedete a un vostro collega di valutare le vostre piattaforme digitali per avere un'opinione esterna.

Create il vostro marchio personale scegliendo gli strumenti. Potete usare quelli orizzontali: in questi social network non ci sono temi precisi, sono generalisti. Sono basati sui contatti. I più tipici sono Facebook, MySpace, Google+, etc. Oppure ci sono quelli verticali: in questi il trend è la specializzazione che dipende dal soggetto. Per esempio LinkedIn o Researchgate (un social network per scienziati e ricercatori per condividere paper, domande e risposte e per trovare collaboratori. E' la più grande rete per scienziati, professionisti della ricerca e persone affiliate. E' stato fondato nel 2008 dal virologo e scienziato dei computer Ijad Madisch) all'interno di reti professionali correlate, e Flickr, Instagram o YouTube all'interno di network legati agli hobby o ai social network.

Con la creazione ogni giorno di nuove app, ci sono innumerevoli modi per presentare la vostra identità digitale. Sia che lo facciate attraverso una carta infografica, un video animato, o la creazione di altri media, assicuratevi che vi rappresenti!

Jobs

JOBS YOU MAY BE INTERESTED IN Improve these suggestions

Get personalized job suggestions
We recommend jobs based on the information in your profile.
Complete your profile to get the best suggestions.
[Complete your profile](#)

UNIVERSITY OF LIMERICK
Post Doctoral Researcher - Statistical Mod...
University of Limerick
Ireland

CWI
Postdoc Position - Climate Simulations
Centrum Wiskunde & Informatica
Amsterdam, Netherlands



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

2. L'identità digitale e le regole per creare una buona reputazione

Ogni genitore ne è a conoscenza: nell'era di Secret e SnapChat, lo sforzo per aiutare i figli a capire i potenziali pericoli derivanti dall'utilizzo di Internet è grande. In fin dei conti, gli adulti amano i social media, è un canale fondamentale per lo sviluppo del marketing e del business, per non parlare degli utilizzi personali, come tenersi in contatto. E mentre gli adulti amano rimproverare i bambini riguardo alla sicurezza, il fatto è molti adulti si sentono di essere all'oscuro riguardo al miglior modo di gestire la loro reputazione online.

"Internet è come una piccola cittadina con raggio globale," spiega Janine Warner, autore di oltre 25 libri, incluso *Social Media Design For Dummies*, "e non si dimentica mai."

Questa lunga memoria è, così pare, il punto cruciale di preoccupazione per quanto riguarda la reputazione on-line e dei social media, ma altri aspetti, come software che inviano spam, che ingannano gli utenti di Twitter spingendoli a cliccare su link che si traducono in un account violato, possono anche rovinare la vostra immagine online



Potrebbe suonare come sciocco — come può l'account falso di un altro danneggiare la vostra reputazione online? — ma cliccare anche su un solo link proveniente da un account spam può bloccare il vostro account. O peggio ancora, potreste finire a inviare inavvertitamente un mucchio di messaggi spam ai vostri amici, familiari e anche al vostro capo.

Oltre a evitare la spam, è importante gestire la vostra reputazione online secondo il vostro personale comportamento, nel miglior modo possibile.

Oggi, la vostra reputazione online è importante almeno quanto un buon rating o un curriculum ben curato. Oltre a essere un buon modo per connettersi con le persone, i social media sono anche la via attraverso la quale potenziali clienti e datori di lavoro scopriranno di più di voi e se non gli piacerà quello che trovano vedrete quali saranno le conseguenze.

Ci sono quattro modi per mantenere la vostra reputazione:

1. Essere onesti
2. Essere accurati
3. Essere coerenti
4. Tenere i vostri profili aggiornati

Se potete farlo, siete in vantaggio nel gioco in termini di avere una chiara e forte reputazione online. E questa è la risposta alle molte domande delle persone.

Tenere d'occhio i vostri profili social aggiornandoli regolarmente, può aiutarvi a capire se qualcosa va storto. Inoltre, se siete onesti e coerenti, apparirete come un individuo rispettabile e professionale. Essenzialmente, il vostro obiettivo è quello di distinguervi dagli spammer, e cioè avere un'immagine del profilo



Stack Overflow is a community of 4.7 million programmers, just like you, helping each other.

Join them; it only takes a minute:

Sign up



Project Number: 2015-1-ES01-KA202-016077

che vi rappresenti, e una biografia che sia onesta, accurata, e vi mostri sotto una luce positiva e veritiera. Ricordatevi che gestire la vostra reputazione online è un processo continuo, perciò anche quando iniziate a ottenere risultati positivi, è importante che rimaniate attivi sui social media e che continuiate ad aggiornare regolarmente il vostro sito.

La parte finale del consiglio è probabilmente la più semplice, ma vale la pena ripeterla: quando siete online, non dite niente che non direste a un vostro amico, alla vostra mamma, o al vostro capo. Anche se è solo un commento che pensate non sia legato al vostro nome, risalire a voi è più facile di quanto pensiate. Questo perchè, anche quando si suppone che qualcosa sia segreto o anonimo, poche cose lo sono e una volta che il danno è fatto, è fatto.

“Non potete costruire una buona reputazione online in un giorno, ma la potete distruggere velocemente,” avverte Janine.

<http://blog.creativelive.com/how-to-manage-your-online-reputation/>

2.1. Come mantenere e migliorare la propria reputazione

Una buona reputazione online potrebbe aver bisogno di anni per essere costruita e solo pochi secondi per essere distrutta. Le persone possono farsi una brutta impressione della vostra reputazione perchè qualcuno usa nel modo sbagliato le vostre informazioni personali e rovina la vostra reputazione online. Dunque è importante controllare costantemente la vostra reputazione online e adottare misure per mantenerla e migliorarla.

Il modo migliore per mantenere e migliorare la vostra reputazione digitale è attraverso conversazioni. A questo scopo è necessario partecipare e rispondere.

Potete partecipare in due modi diversi:

- Creando contenuti e condividendoli sulla Rete o aiutando a diffondere il contenuto creato da altre persone usando la piattaforma o le piattaforme che abbiamo scelto.
- Rispondendo alle conversazioni iniziate da altre persone attraverso dei commenti.

Iniziare una conversazione e caricare i vostri contenuti sul Web, è importante quanto partecipare a conversazioni iniziate da altre persone, dal momento che la conoscenza condivisa e creata dagli utenti è uno degli elementi chiave del Web 2.0. I principi della cooperazione e della condivisione sono fondamentali nella cultura 2.0: se volete ricevere dovete essere disposti a dare. Per costruire una buona identità digitale è importante portare sul Web contenuti adeguati sul tema a cui desideriamo essere associati.

Prima di migliorare la vostra reputazione online, è importante conoscere ciò che viene detto di voi, dei vostri prodotti, della vostra azienda o del sito. Potete farlo utilizzando gli strumenti menzionati di seguito (search engines, alerts, etc.).

Per mantenere e migliorare la vostra identità digitale è necessario:

- Costruire relazioni con altre persone. È importante che siate attivi e partecipativi, che apportiate contenuti che abbiano valore per gli altri: commenti, ricerche, link, e qualsiasi cosa che sia considerata interessante. Per ogni commento personale che trovate online, prendete il tempo per ringraziare, le persone lo gradiranno e faranno lo stesso. Quanto più ampia sarà la vostra rete di relazioni, tanto più positivi saranno gli effetti che essa porterà alla vostra reputazione online.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



Project Number: 2015-1-ES01-KA202-016077

- Presentate chiaramente i contenuti, con sincerità, onestà, umiltà, cortesia e tolleranza. In breve, coltivate una buona reputazione online, mostrando senso di humour e cortesia. Perdere il controllo può aiutarvi a rovinare la vostra reputazione, perciò anche se siete stati provocati o qualcuno ha detto qualcosa riguardo a voi che vi ha fatto arrabbiare, pensate due volte prima di replicare.
- Curatevi di correggere contenuti, evitando errori ortografici e espressioni che possono essere ritenute offensive.
- Accettate le critiche e consideratele come un'opportunità di miglioramento. E' necessario imparare a dibattere rispettando l'opinione degli altri e evitando squalifiche.
- Provate a partecipare alle comunità che sono importanti per la vostra linea di lavoro. Non solo otterrete un gran numero di informazioni, ma avrete anche una grande esposizione e quindi un miglioramento della vostra reputazione digitale.
- Evitate un atteggiamento autoritario, vantandovi dei successi raggiunti. Dobbiamo riconoscere il buon lavoro degli altri; troppo orgoglio e presunzione possono essere rovinosi per la vostra reputazione. Dovete essere umili e riconoscere che non siete perfetti, perciò essendo umili, gli altri capiranno che siete interessati nel bene delle comunità e non solo in voi stessi.
- Condividete più contenuti riguardo allo stesso argomento nello stesso giorno.
- Fate attenzione all'immagine di voi stessi e dell'ambiente che pubblicate.
- Siate selettivi con i contatti. Non dovete cercare contatti a ogni costo per migliorare la vostra immagine e accrescere il vostro potere. Questo può essere un'autodistruzione della vostra reputazione.
- Stabilite regole chiare di coinvolgimento con gli altri, evitando di cambiare continuamente i criteri.

2.2. Partecipazione attiva

I datori di lavoro cercano, il più delle volte, persone attive, valutando la vostra partecipazione sulla rete. Qui trovate alcune regole:

- Le opinioni personali sono essenziali quando volete pubblicare una notizia o altri contenuti;
- Le domande generano interazioni (è importante sapere cosa pensa il pubblico);
- I post con le immagini ottengono molti più "**Mi piace**" dei testi con illustrazioni;
- La frequenza dei messaggi sulla rete deve essere definita tenendo conto dei profili del pubblico;
- E' importante conoscere i momenti di picco;
- Educazione, politica e "*jet set life*" sono i temi che generano più commenti;
- E' importante creare una **pagina di benvenuto** per gli utenti che hanno una fan page su Facebook, per esempio;
- Sfruttate al massimo i plugin e gli add sulle applicazioni disponibili.

Da "Yes employability"



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



Project Number: 2015-1-ES01-KA202-016077

Se volete avere successo nei social media, dovete impostare una tabella di pubblicazione, che indichi le date e i temi, creando un piano e stabilendo una routine, per evitare la tentazione di abbandonare le vostre intenzioni.

Scegliete uno o più temi con su cui siete pronti, e divideteli in categorie e sottocategorie.

Create una lista delle settimane sulla parte sinistra della tabella, e decidete quante volte a settimana pubblicherete o posterete articoli.

Scrivete i titoli, e se avete precedentemente scritto degli articoli, usateli come backup quando non avete idee.

Un esempio della tabella di pianificazione potrebbe essere il seguente:

	Category 1	Category 2	Category 3	Category 4
	Sub category	Sub category	Sub category	Sub category
Week 1	Title			
Week 2		Title		
Week 3			Title	

Alcuni esempi dei temi che potreste trattare sono:

- Presentazioni del lavoro che svolgete.
- Review dei libri riguardanti una determinata categoria.
- Video e siti internet che parlano di un argomento.
- Sintesi di libri.
- Immagini.
- Risposte & domande.
- Etc.



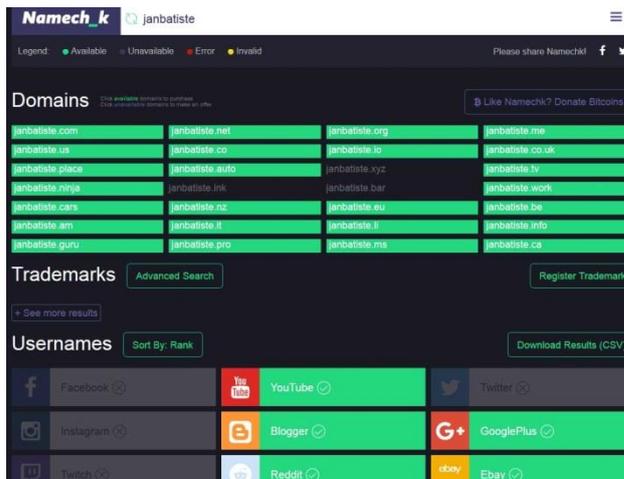
Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

3. Strumenti per controllare la reputazione online

Qui trovate una lista di dieci modi specifici che potete utilizzare per controllare la vostra reputazione online.

- [BrandYourself](#) – Questo è uno strumento gratuito che vi aiuterà a sapere dove appare il vostro nome nei motori di ricerca – anche se avete un nome simile a quello di qualcuno di famoso.
- [About Me](#) – Questo è un servizio molto semplice (ma utile) che vi permette di creare una pagina web riguardo a voi. Una volta che avete questa pagina, potete indirizzarvi utenti da Facebook o Twitter per sapere di più su di voi.
- [Social Mention](#) – Se volete sapere di più su ciò che si dice di voi o del vostro marchio sui social network, questo è lo strumento da usare dato che si concentra su quelli più importanti e su quelli di cui potreste non essere a conoscenza.
- [Who's Talkin?](#) – Per essere avvertiti quando qualcuno online parla di voi o della vostra compagnia, questo è uno strumento semplice e gratis che vi può aiutare.



- [NameChk](#) - Grazie a questo strumento potete essere sicuri che nessun "squatter" stia usando il vostro nome su un social network. Riempite con le informazioni e lasciate che questo strumento controlli automaticamente per voi tutti i social network.

- [Google Alerts](#) - Google semplifica anche l'impostazione di avvertimenti per ogni ricerca che volete – come per il vostro nome o marchio. È possibile personalizzare la frequenza con cui si ottiene notifiche e-mail, nonché quali fonti Google controllerà.
- [Yasni](#) - Se si digita il proprio nome o marchio in questo strumento online, potreste rimanere sorpresi di ciò che trovate. Il sito rende più semplice controllare ciò che le persone dicono di voi mentre sono online.
- [Spokeo](#), [Pipl](#) e [CVGadget](#) - Questi utilizzano i deep web crawler per raccogliere dati. Le ricerche possono essere effettuate per un nome, un'email, un numero di telefono, un username o un indirizzo. Questi siti permettono agli utenti di rimuovere informazioni che li riguardano tramite un processo "opt-out".



Project Number: 2015-1-ES01-KA202-016077

- [HootSuite](#) - Questo è più di uno strumento di gestione di social media, ma è anche molto utile per essere sicuri di essere aggiornati su ogni menzione che ricevete sui maggiori social network. Usare alcuni o tutti gli strumenti e le tecniche presenti nella lista sopra vi assicurerà automaticamente

The screenshot shows the Hootsuite website interface. At the top, there is a navigation bar with the Hootsuite logo, a search bar containing 'Hootsuite for Enterprise', and links for 'Products', 'Plans', 'Sign Up', and 'Log In'. Below the navigation bar, there are three blue boxes representing different pricing plans:

- Free:** For: Individuals looking to try Hootsuite to get more out of social media.
- Pro:** For: Entrepreneurs, owners & consultants that want to maximize their time on social. A blue button below this box says 'Free 30-day trial'.
- Business:** For: Small businesses & agencies that need one platform for their teams to manage social media.

l'accesso a ciò che le persone dicono di voi online.

Spokeo raccoglie informazioni da registri pubblici e non fa ricerche sui dati personali. Raccoglie dati di marketing approssimati che trova sui social media e sui siti di registrazione on-line. La compagnia dà agli utenti l'accesso a 12 miliardi di registri pubblici.

“Anche se la maggior parte delle persone pensa che la dimensione del Web sia fondamentale l'indice di indicizzazione di Google, in realtà ci sono molte informazioni che Google non fornisce” dice Harrison Tang, fondatore e CEO di Spokeo, che, utilizzando un approccio mash-up per la sua identificazione, lo descrive come un servizio “di motori di ricerca delle persone sociali”. Il motore di ricerca di persone Spokeo è in anticipo su quello che crede di poter trovare su chiunque.

Spokeo, come i suoi concorrenti [Pipi](#) e [CVGadget](#), è stato realizzato per scovare informazioni su amici, avversari e chiunque tra i due. Spokeo va oltre rispetto agli altri servizi, importando l'intera rubrica e-mail.

Poi, per pochi dollari al mese, monitora continuamente i vostri contatti e vi permette di venire a conoscenza quando qualcuno fa qualcosa di nuovo, ovunque esso sia online. (L'homepage del sito promette di aiutarvi a “scoprire foto, video e segreti,” inclusi “interessanti e succulenti notizie sugli amici e colleghi.”)

Il sistema di Spokeo usa i vostri indirizzi email per tracciare le loro attività su una decina di servizi, che si estendono da blog e social network a un gran numero di foto e siti di condivisione dei video. Questo significa che occasionali foto dei tuoi bambini condivise su Flickr due anni fa appariranno sotto il tuo nome qualora qualcuno vi ricerchi. (http://www.pcworld.com/article/161018/people_search_engines.html)

3.1. Egosurfing

Uno studio congiunto tra le compagnie di gestione della reputazione online [BrandYourself](#) e [Harris Interactive](#) ha rivelato che:

- 86% degli adulti online negli USA ha usato un motore di ricerca come Google per trovare maggiori informazioni su un'altra persona.
- 75% degli adulti online negli USA ha cercato **il proprio nome** in un qualche motore di ricerca. Di questi che hanno cercato il proprio nome, quasi la metà (48%) ha detto che la maggior parte dei risultati che li riguardavano non era positiva; circa un terzo (30%) ha detto che non hanno trovato niente che li riguardasse.
- Circa un terzo (31%) degli adulti online negli USA che hanno cercato qualcun altro online hanno guardato un politico. Di questi, più della metà hanno detto che la ricerca ha influenzato la loro decisione di voto.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



Project Number: 2015-1-ES01-KA202-016077

- Tra gli adulti online negli USA che hanno cercato qualcun altro online, il 42% ha ricercato qualcuno con cui era in affari. Di questi, il 45% ha trovato qualcosa che li spingesse a non proseguire l'affare.
- Quasi la metà (43%) degli adulti online negli USA che hanno cercato qualcun altro online, ha cercato un potenziale appuntamento, partner, o ex-fidanzati/ fidanzate, rendendo le ricerche romantiche una delle più comuni ricerche tra gli adulti negli USA.

Egosurfing (anche Googlare sè stessi, ricerca di vanità, egosearching, egogoogling, autogoogling, self-googling) è la pratica di ricerca del proprio nome, o pseudonimo, su un motore di ricerca per vedere i risultati. Il termine è stato coniato da Sean Carton nel 1995 ed ha fatto il suo primo ingresso nella stampa nel Marzo del 1995 nella rubrica Jargon Watch di Gareth Branwyn su *Wired*. Ugualmente, un **egosurfer** è uno che naviga su Internet ricercando il proprio nome per vedere quali informazioni trova. Ciò è divenuto sempre più popolare con l'aumentare dei motori di ricerca su Internet, dei blog gratuiti e del web-hosting. Tuttavia Google è il motore di ricerca comunemente più menzionato quando ci si riferisce all'egosurfing; altri motori di ricerca ampiamente conosciuti sono Yahoo e Bing.

Egosurfing è impiegato da molte persone per svariate ragioni. Secondo uno studio del Pew Internet & American Life Project, il 47% degli utenti americani adulti su Internet hanno eseguito una ricerca di vanità su Google o su un altro motore di ricerca.

Alcuni fanno egosurf solo per divertimento, per esempio per trovare celebrità con lo stesso nome. Comunque, molte persone utilizzano l'egosurf come mezzo per la gestione della propria reputazione online. L'egosurf può essere utilizzato per trovare dati fuoriusciti o informazioni rilasciate che non desiderate siano visibili per tutti. Ricercando il proprio nome in un motore di ricerca online, uno può assumere il punto di vista di uno sconosciuto che tenta di scoprire informazioni personali. Alcuni fanno egosurf per nascondere a potenziali datori di lavoro, clienti, ladri di identità e altro, immagini o informazioni personali. Allo stesso modo alcuni utilizzano l'egosurf per mantenere un'immagine pubblica positiva e per raggiungere una promozione.

Molti social network, come per esempio Facebook, permettono agli utenti di rendere i profili più "ricercabili", nel senso che questi profili appariranno nei risultati di ricerca appropriati. Di conseguenza, questi che fanno ricerche per mantenere la propria privacy spesso fanno egosurf per assicurarsi che il loro profilo non appaia nei risultati dei motori di ricerca. Dal momento che molte persone creano personalità online, molti sentono il bisogno di controllare con più cautela le proprie impronte digitali, incluse informazioni che loro non hanno deciso di condividere online, come i numeri di telefono e registri pubblici.



Anche se le informazioni personali disponibili online sono difficili da rimuovere, nel 2009 Google ha introdotto una funzione che permette agli utenti di creare un piccolo box, con elencate le informazioni personali come il nome, il lavoro e la posizione, che appare sulla prima pagina dei risultati quando il nome viene ricercato. Il box collega a una pagina con il profilo completo, simile a quelle presenti su Facebook. Questo profilo Google può essere collegato ad altri siti di social network, come anche blog, siti internet di compagnie o feed di Twitter. Più informazioni uno include sul proprio profilo Google, maggiore sarà il punteggio del box delle informazioni, incoraggiando così a postare informazioni online e a continuare l'egosurf.

3.2. Fingerprint

In un mondo sempre più digitale, Internet e i social media sono diventati parte della nostra vita di tutti i giorni e entrambi stanno diventando sempre più importante per i professionisti così come per il pubblico in generale; dall'utilizzo come fonte di aggiornamento e di conoscenza sul ciò che accade nel mondo, fino ad una semplice chat con gli amici.

Al giorno d'oggi le persone percepiscono i social media come un'estensione digitale di sè stessi; spesso lo usano una piattaforma per pubblicare i propri hobby, problemi o per esprimere una punto di vista personale su un tema particolare, rivolgendosi a determinate persone o a gruppi.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



Project Number: 2015-1-ES01-KA202-016077

Il pericolo nasce dal fatto che spesso le persone non apprezzano gli effetti dell'utilizzo di Internet e dei social media in questo modo. E' molto importante sapere come ciò che scrivete può potenzialmente influenzare future opportunità di lavoro.

Per esempio, con il prevalere di siti social, spesso i futuri datori di lavoro andranno su Internet a fare delle ricerche pre-colloquio (come su LinkedIn o Twitter): una semplice ricerca su Google può fornire a potenziali datori di lavoro tutti i tipi di informazione che non potreste mai pensare che essi abbiano.

Molte persone pensano di potersi nascondere dietro lo schermo di un computer credendo di essere anonimi o di essere introvabili. Quando, in realtà, tutto quello che pubblicate sui social media e l'identità di coloro che scrivono sarà disponibile per chiunque nel mondo, rimanendo su Internet come una registrazione digitale per sempre. Questa è la vostra impronta digitale sulla rete.

Questo è un tema di primaria importanza per i giovani di oggi, dal momento che molte persone troppe stanno utilizzando i social media per pubblicare tutto quello che fanno e per esprimere ogni pensiero senza pensare ai futuri effetti come quelli che potrebbero avere sulle loro future carriere opportunità professionali.

Essenzialmente, i social media lasciano una sorta di cyber scia di polvere, perciò pensate bene prima di postare una foto o prima di fare un commento— non si sa mai chi potrebbe finire per vederli e come possono influenzare il vostro lavoro futuro.

3.3. Futuro

Chi ti protegge? La protezione dei vostri dati dalle richieste del Governo

Noi viviamo vite digitali, dalla condivisione di video sui social network, alle applicazioni sui cellulari che permettono la localizzazione, ai dati log-in per connetterci alla nostra email, al nostro archivio di documenti, alla nostra cronologia. Gli aspetti personali, profonda, e anche assurdi sono tutti trascritti in pacchetti di dati, che sfrecciano attraverso le arterie in fibra ottica della rete.

Mentre le nostre vite giornaliere si sono aggiornate al ventunesimo secolo, la legge non lo ha fatto. Ad oggi, il Congresso degli Stati Uniti non è riuscito ad aggiornare l'Electronic Communications Privacy Act del 1986, a capire che le email memorizzate da più di 6 mesi necessitano della stessa protezione delle email memorizzate meno di 6 mesi fa. Il Congresso ha fatto anche tanta fatica ad arrestare la sorveglianza indiscriminata del NSA sulle comunicazioni online e deve ancora mettere in atto le forti riforme che ci meritiamo. Il Congresso sta anche correndo il rischio di fare le cose in modo molto peggiore, considerando le proposte che consentirebbe l'inserimento per il governo di backdoor nella tecnologia a cui ci affidiamo per la comunicazione digitale.

In questo clima, guardiamo sempre più alle stesse compagnie tecnologiche per avere politiche sempre più stringenti quando si tratta della protezione dei diritti degli utenti. Quali compagnie staranno dalla parte degli utenti, insistendo sulla trasparenza e su standard legali forti riguardo agli accessi del governo ai dati degli utenti? E quali compagnie renderanno queste politiche pubbliche, permettendo al mondo—e agli utenti—di giudicare le loro posizioni nei confronti dei diritti sulla privacy?

2 Luglio 2015 | [Parker Higgins](#)

<https://www.eff.org/wp/who-has-your-back-2015-protecting-your-data-government-requests>



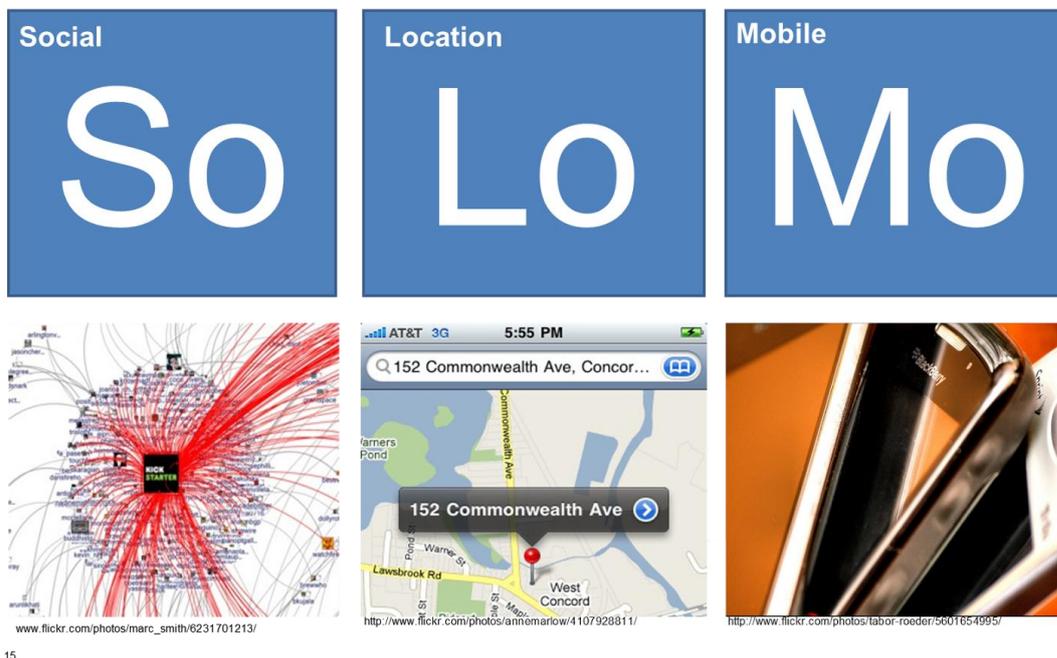
Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

4. Creare

4.1. Solomo (Social media)

Nel Maggio 2010, John Doerr è stato forse il primo a predire che “Solomo sarebbe stata la prossima grande rivelazione: una partnership tra i termini Social, local e mobile”. Questo paradigma è sostenuto dalla popolarizzazione e dal sovraffollamento nell’uso degli smartphone, per esempio il potere di avere computer sempre più potenti ha creato Pocket PC. Questo potenziale ci ha avvicinato agli amici attraverso i social network e le app geospaziali, favorendo l’interazione con la famiglia, gli amici e anche con gli estranei.



15

Vediamo come questa prima fase di SoLoMo ci influenza, sia personalmente sia professionalmente da diversi punti di vista:

1. Per prima cosa, riguarda il tradizionale sistema Web 2.0
2. Secondo, riguarda le relazioni nei social network più personali
3. Terzo, riguarda l’aspetto professionale dei social network.

Questa guida vi aiuterà, passo per passo, a creare la vostra identità digitale professionale, a controllarla, a migliorarla e a mantenerla

4.1.1 Web 2.0 – Il vostro nome o marchio (domain, email, blog, Forum, wikis)

E-mail e domain

Il nostro nome e il marchio personale stanno diventando giorno dopo giorno sempre più importanti, in particolare quando ci si tratta di trovare o mantenere un lavoro e di migliorare le interazioni con gli altri sulla rete.



Project Number: 2015-1-ES01-KA202-016077

Personal
Personal
Personal
Personal
Personal
Personal

Al giorno d'oggi tutti hanno almeno un account email. Se guardiamo al dominio a cui appartiene l'account, questo fornisce già una parte delle informazioni del nostro profilo: sia che esso sia personale (usando un account gratuito) sia professionale (utilizzando domini di compagnie o anche personali, creati e acquistati da noi).

Per il vostro profilo professionale, la nostra raccomandazione è di acquisire un dominio che rappresenti il vostro nome o il vostro marchio personale (può essere la combinazione del vostro nome e cognome o solo quest'ultimo). In questo modo, ogni cosa che pubblicate, sarà associata alla vostra proprietà anche quando cambiate il server che vi fornisce i servizi da molti anni.

Questa opzione è molto più utile per darvi un maggiore esposizione su Internet, così che le persone intorno a voi possano facilmente raggiungervi.

Blog

La tipica struttura di un blog è formata da post e commenti collegati, dove i post sono organizzati in ordine cronologico (l'ultimo post in cima), permettendo ai lettori di accedere facilmente alle ultime informazioni. I post vengono archiviati mensilmente, permettendo ai lettori di trovare con maggiore facilità i post relativi a un determinato periodo. Ci sono diversi tipi di blog — personali, professionali, pubblici — fra cui potete scegliere, a seconda dei requisiti.

Vi incoraggiamo a creare un blog professionale nel vostro ambiente professionale — inizialmente, i blog sono molto semplici da creare e da usare, e poi, vi aiutano a migliorare le seguenti competenze: Condivisione (di pensieri, concetti, esperienze, conoscenza) Analisi, Riflessione (su pensieri, concetti e esperienze). Un blog vi permetterà di collaborare con colleghi o esperti nel vostro campo. Inoltre, scrivere su un blog vi fornisce l'opportunità di creare nuove interazioni e un semplice mezzo per raggiungere le persone. Vi apre una nuova strada per la condivisione e l'accesso a informazioni provenienti da tutto il mondo. E' un ampio spazio di condivisione, dove chiunque può pubblicare tutto.

Il vostro blog presenterà selezionatori di personale, abilità, conoscenze, interessi, esperienza, modi di lavoro, e potrebbe aiutarvi a ottenere un buon lavoro.

Ci sono molti fornitori gratuiti di blog sul web. I più importanti sono:

- <http://www.blogger.com>
- <http://www.wordpress.com>
- <http://edublogs.org>

Wiki

Wiki è un termine Hawaiano che significa "veloce." Un wiki è un'applicazione server web che permette a una comunità di persone di aggiungere, modificare, strutturare ed eliminare contenuti racchiusi in un sistema centrale. Il miglior esempio di wiki è Wikipedia, l'enciclopedia gratis online. In Wikipedia i contenuti sono forniti interamente da volontari ed è anche mantenuto e modificato da volontari.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



Project Number: 2015-1-ES01-KA202-016077

Il primo wiki fu creato da un programmatore di computer chiamato Howard G. "Ward" Cunningham nel 1995. Il suo obiettivo era quello di creare un luogo dove gli sviluppatori di software potessero registrare e condividere parti di codici. Questo è ciò che un wiki fa meglio: permette a più persone di collaborare e creare contenuti riguardo a un fine o campo specifico.

I Wiki vi aiuteranno a creare una "grande quadro" basato su molte prospettive; è un buon modo di mostrare a dei reclutatori le vostre competenze, i vostri metodi di lavoro e le vostre capacità perchè vi aiuterà a esibire i vostri progetti, le vostre collaborazioni, note, idee e ricerche.

Per creare un wiki vi consigliamo di seguire i seguenti passaggi

Step 1: Stabilire un bisogno.

Step 2: Scrivere un codice di condotta per regolare le collaborazioni.

Step 3: Impostare il vostro wiki.

Step 4: Pubblicare dei contenuti e invitare persone a collaborare.

Step 5: Investire nella formazione e nella diffusione

Step 6: Mantenere il wiki aggiornato.

Avete molte opzioni quando impostate il vostro wiki. I wiki gratuiti forniscono opzioni quali Wikia® Tikiwiki® e MediaWiki® che vi permettono di costruire da zero un wiki. Alcune organizzazioni forniscono "wiki hosting", software, e template a pagamento. Questi servizi a pagamento, come Central Desktop® e Same Page®, fornisce gli strumenti e i template di cui avete bisogno per iniziare. Essi possono anche lavorare con la vostra organizzazione per implementare e mantenere il wiki.

Quando scegliete tra il servizio gratuito o a pagamento, pensate al motivo per cui vi serve questo wiki, a quante persone saranno potenzialmente coinvolte, quanto tempo dovrete dedicare per impostarlo e mantenerlo e quale sarà il livello necessario di sicurezza. Potete utilizzare siti come WikiMatrix® per confrontate le vostre opzioni e trovare il wiki più adatto ai vostri bisogni.

4.1.2 Social Network (Twitter – Facebook - Google+)

Alla fine del ventesimo secolo, nel 1997 per essere precisi, Andrew Weinreich ha teorizzato il paradigma Six Degrees. Questo nome si basa sulla teoria che ogni uomo sia connesso con altre sul pianeta con un massimo di 6 legami (anche se attualmente, con Internet, si suppone che 5 siano già abbastanza).

Attualmente i 3 social network più influenti e che hanno più utenti, sono: Twitter, Facebook e Google+. La creazione di un account (associato con il vostro indirizzo email) è un processo molto semplice. La cosa più importante quando dovete crearlo è essere a conoscenza dell'importanza che potrebbe avere in futuro. Anche se inizialmente pensate che sia per uso personale (prima o dopo) le compagnie proveranno a associare i contenuti e le informazioni per costruirvi un profilo che sarà sicuramente usato per valutarvi come candidato.

Con la grande maggioranza dei datori di lavoro, che adesso includono il reclutamento sociale come parte della loro strategia di reclutamento, è essenziale, per coloro che cercano lavoro, adattare di conseguenza le proprie competenze lavorative.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



Project Number: 2015-1-ES01-KA202-016077



<https://i.ytimg.com/vi/a1E7belr1U/maxresdefault.jpg>



Facebook

Facebook è gratuito per gli utenti. E' il luogo per ritrovare vecchi amici, seguire i vostri personaggi famosi preferiti e per stare in contatto con i vostri marchi preferiti. Usando Facebook sarete in grado di comunicare in tempo reale attraverso un'applicazione di chat e troverete una grande varietà di strumenti disponibili per ogni dispositivo che vi permettono con relativa facilità di creare contenuti e raggiungere i contenuti che gli altri stanno creando. Gli utenti possono creare dei profili contenenti foto e liste degli interessi personali, scambiare messaggi privati e pubblici e partecipare a gruppi di amici. La visualizzazione di dati dettagliati delle informazioni dei membri è riservata ai membri dello stesso network, agli amici accettati o possono essere disponibili per chiunque.

Facebook è un buon strumento per mostrare le vostre capacità e le vostre competenze. Considerate che coloro che si occupano delle assunzioni controllano sempre i profili di Facebook prima di assumere un nuovo impiegato.

Twitter è un servizio di social network e microblogging che permette a membri che si sono registrati di condividere brevi messaggi chiamati tweet. I membri di Twitter possono inviare tweet e seguire i tweet di altri utenti utilizzando varie piattaforme e diversi strumenti.

I tweet e le repliche ai tweet possono essere inviati dai cellulari, "desktop client" o postando sul sito [Twitter.com](https://twitter.com). Twitter stabilisce che le informazioni inviate sono pubbliche per default. A differenza di Facebook o LinkedIn, dove i membri devono approvare le connessioni social, tutti possono seguire tutti su



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



Project Number: 2015-1-ES01-KA202-016077

Twitter. Per collegare i tweet al filo di una conversazione o per connetterli a un tema generale, i membri possono aggiungere degli hashtag alle parole chiave nei loro post. L'hashtag, che agisce come un [meta tag](#), è scritto così, #keyword. Twitter è un buon strumento per mostrare le vostre competenze e per seguire le persone nel vostro campo professionale.

Google+

Google+ (Google Plus), uno degli ultimi arrivati nella scena dei social network, non ha raggiunto la popolarità o la penetrazione di mercato dei maggiori siti di social network. Google+, comunque, non è irrilevante nel campo dei social network grazie all'abilità di Google nel creare le connessioni. Google+ è una combinazione di Facebook (amici, conoscenti, gruppi, etc.) e Twitter (post brevi, hashtag, seguaci, etc.) con alcuni collegamenti di rete tipo LinkedIn. Google+ connette i contenuti includendo diverse fonti: Gmail, YouTube, Blogger.com, Google Maps, Google Translate, Google Flights, Google Play, Google News, Google Books, Google Scholar, Google Calendar, Waze e molti, molti altri. Uno dei motivi per cui Google è così efficace nel creare delle connessioni è che utilizza un unico profilo unificato.

Queste tre piattaforme sono, di solito, utilizzate più per il lato social che per lavoro, perciò è molto importante essere a conoscenza della propria presenza online e dell'immagine che si sta diffondendo. Sempre più aziende stanno utilizzando Facebook, Twitter e Google+ per assumere i propri impiegati.

4.1.3 Portfolio professionale (LinkedIn - Slideshare)

LinkedIn è il network più usato per le assunzioni. E' una combinazione del vostro curriculum, della lettera di presentazione e delle referenze e un database delle vostre esperienze e competenze. Avere un profilo LinkedIn di livello è un buon modo di costruire il vostro profilo professionale e di creare il vostro annuncio personale.

LinkedIn sarà il vostro portfolio professionale. Sarà il riassunto delle vostre esperienze professionali, dei vostri interessi e delle vostre competenze progettato per attirare l'attenzione di persone che sono alla ricerca di voi on-line - potenziali datori di lavoro, contatti in rete, etc

Un profilo qualificato è la CHIAVE per distinguervi nel mercato del lavoro. Qui di seguito trovate alcuni consigli per sfruttare al meglio LinkedIn durante la vostra ricerca di lavoro:

- Utilizzate il titolo – scrivete qualcosa che descriva chi siete attraverso parole chiave: cooker, programmatore, presidente, direttore.
- Scrivete un'affermazione riassuntiva della vostra carriera professionale ricca di parole chiave, che sia concisa, specifica e senza errori: sono un giovane programmatore presso "azienda" con un livello C1 in inglese e B2 in italiano. Le mie esperienze professionali si estendono nei campi della programmazione del web, del web design, del project management, del public speaking e del team e working.
- Mostrate la vostra educazione, le vostre virtù e le vostre attività. Includete dettagli importanti come corsi, facoltà e titoli. E' un modo per completare il vostro portfolio professionale.
- Raccogliete un gran numero di raccomandazioni. Potete chiedere al vostro supervisore del tirocinio, a un professore o a un consulente.
- Create collegamenti. La vostra partecipazione su LinkedIn sarà preziosa. Chiedete alle persone di unirsi partecipare sul vostro profilo.
- Prendete parte a gruppi di interesse. Siate sicuri di prendere parte a gruppi legati ai vostri profili professionali e a altri gruppi associati ai vostri interessi.
- USATE LINKEDIN per trovare collegamenti a compagnie o settori a cui siete interessati. Usate lo strumento di ricerca in alto a destra della home page per cercare le organizzazioni a cui siete interessati. Andate sulla pagina LinkedIn della compagnia e scorrete verso il basso per seguire le persone che lavorano per tale organizzazione.

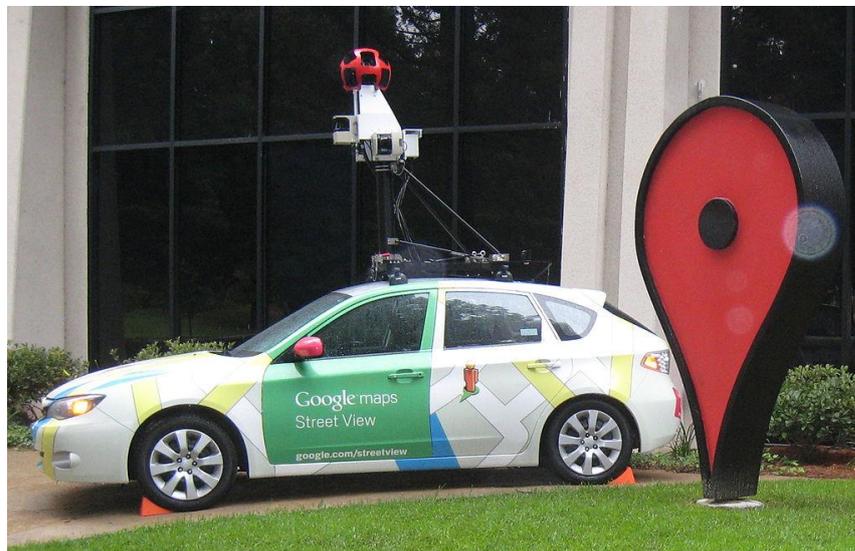


Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

4.2. SoLomo (Geolocation)

Geolocation è il processo per trovare, determinare e fornire la posizione esatta di un computer, di un dispositivo di rete o di un equipaggiamento. Fornisce la posizione del dispositivo in base alle coordinate geografiche e le misure. E' un sistema comunemente utilizzato sul Global Positioning System (GPS) e altre tecnologie annesse. Geolocation fornisce e specifica la posizione geografica. Le coordinate sono identificate su una mappa per fornire un indirizzo completo che spesso include il paese, la città, la cittadina, il nome del palazzo e la via.



[https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/a/aa/GoogleStreetViewCar_Subaru_Impreza_at_Google_Campus.JPG/1024px-GoogleStreetViewCar Subaru Impreza at Google Campus.JPG](https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/a/aa/GoogleStreetViewCar_Subaru_Impreza_at_Google_Campus.JPG/1024px-GoogleStreetViewCar_Subaru_Impreza_at_Google_Campus.JPG)

4.3.1 Smartphones/tablets

Questi dispositivi hanno spianato la strada per essere connessi 24/7.

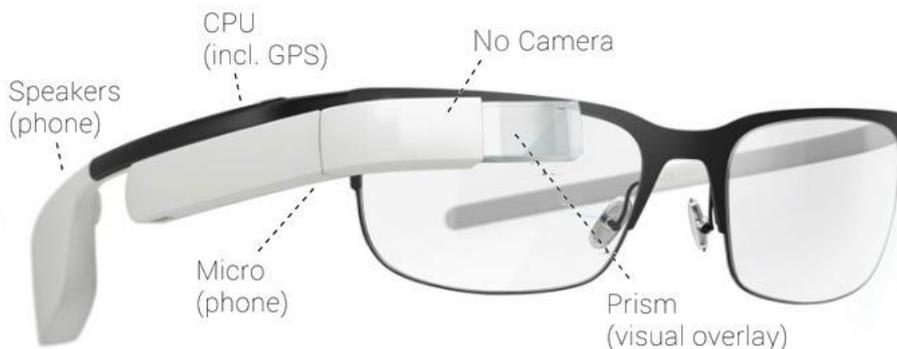
Con l'arrivo dell'iPhone della Apple nel 2007, tutto ha iniziato a cambiare. Siamo passati dall'avere desktop a computer tascabili. Come sempre possiamo telefonare, ma allo stesso tempo possiamo gestire la nostra agenda, controllare il meteo, installare tutti i tipi di applicazioni ed essere connessi con i nostri social partner. Ne stanno emergendo sempre di più personali come Whatsapp e altri.

I tablet erano un altro elemento di cui avevamo bisogno. Una via di mezzo tra gli smartphone e i computer. Questi ci permettono di continuare a interagire con Internet quando abbiamo bisogno di schermi più grandi (tra 8" e 13"). Essendo dispositivi tattili, i tablet ci permettono di utilizzarli per scrivere le nostre note, che possono essere arricchite con elementi multimediali.



4.3.2 Tecnologie indossabili

Un'altra moda che è stata introdotta è quella di registrare informazioni aggiuntive riguardo a noi. Questo trend è conosciuto come Internet delle cose. Sta iniziando ad emergere un numero infinito di dispositivi ancora più piccoli che ci permettono di controllare la nostra salute. E altri dispositivi sono stati trasformati per essere interconnessi con i nostri dispositivi mobili, come per esempio gli orologi collegati via bluetooth o altre tecnologie specifiche. Il settore è in una fase di grande sviluppo dei micro nano dispositivi che impianteremo nei vestiti, e in ogni elemento della nostra casa e del nostro lavoro. Non dimentichiamoci del primo prototipo di Google Glasses.



https://c1.staticflickr.com/9/8782/17383574431_f9f1434704_b.jpg

5. Controllo

Si tratta di un servizio di rilevamento delle modifiche dei contenuti e di notifica da parte di Google. Per controllare la vostra identità digitale è importante sapere cosa viene detto di voi online. Ci sono alcuni servizi su Internet che vi permettono di controllare facilmente la vostra identità digitale. Questi servizi sono:



Project Number: 2015-1-ES01-KA202-016077

5.1. Alerts

5.1.1 Google alerts

[Google alerts](#) sono email che vi vengono inviate quando Google trova nuovi risultati – come pagine web, articoli di giornale o blog – che corrispondono ai tuoi termini di ricerca. Potete anche usare Google Alerts per monitorare qualsiasi cosa sul vostro nome nel web.

E' importante impostare una notifica con il vostro nome così da sapere tutto ciò che viene detto su di voi su Internet.

Dopo aver visitato l'home page di Google Alerts, ecco cosa dovete fare:

- Tipo: Tutto/il più rilevante
- Frequenza: Appena accade (se manda troppe email, scegliene una al giorno)
- Volume: Tutti i risultati – Questa opzione vi mostrerà tutto. Se vi manda troppe notifiche, scegliete “solo i risultati migliori” e Google solo i risultati che Google ritiene abbia una buona qualità.
- Invia a: La vostra email
- Potete sempre tornare indietro e modificare le vostre notifiche più avanti se alcune di esse diventano troppo fastidiose perchè mandano troppi risultati e con troppa frequenza.

5.1.2 Youtube Insight

[Youtube Insight](#) è uno strumento di analisi e segnalazione di Youtube che permette a chiunque abbia un account di Youtube di vedere statistiche dettagliate riguardo al pubblico dei video che essi hanno caricato sul loro sito. YouTube Insight vi fornisce informazioni che vi aiutano a capire meglio il pubblico: chi è, da dove viene, cosa guarda e quando. Queste informazioni vi aiutano ad analizzare il vostro profilo e a determinare come ottimizzarlo. L'attuale versione di YouTube Insight vi fornisce le seguenti informazioni:

1. Numero di visualizzazioni/relativa popolarità riguardo ad una timeline interattiva
2. Informazioni su come le persone hanno scoperto il vostro video
3. Informazioni demografiche su coloro che guardon i vostri video
4. Come la comunità interagisce col vostro video
5. Relativa attenzione del pubblico mentre guarda il video

5.1.3 Facebook Insight

Facebook Insights è un potente strumento per coloro che vogliono tracciare le interazioni sulla loro Fan Page di Facebook. Facebook Insights può essere visto da tutti gli amministratori della vostra pagina e può aiutare a tracciare il numero di utenti attivi per capire meglio le prestazioni della pagina.

Utilizzando Facebook Insights sarete in grado di determinare il miglior momento del giorno per postare, il miglior giorno della settimana e qual è il contenuto più popolare.

Questa la dashboard principale di Insight e qui vedrete il numero totale di mi piace, il numero di amici, quante persone stanno attivamente parlando della tua pagina e la vostra portata totale settimanale. Con Facebook Insight è possibile vedere i vostri ultimi post e capire la loro viralità. Questo è utile soprattutto per vedere quali sono i post che hanno raggiunto il maggior successo e per cercare nuovi mi piace.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



Project Number: 2015-1-ES01-KA202-016077

5.2. How Sociable

HowSociable ha creato per voi un modo semplice di iniziare a misurare l'impatto del vostro marchio nei social media. Non richiede alcuna configurazione da parte degli utenti ma solo alcuni secondi di attesa mentre analizza la presenza di un profilo per calcolare i punteggi iniziali.

HowSociable fornisce un'indicazione del livello di attività intorno a un marchio nel corso di una settimana. La gamma va da 0 a 10. Uno score pari a zero significa che l'attività nel vostro profilo è nulla o quasi. Un risultato pari a dieci significa che il profilo ha praticamente saturato il social web e verosimilmente sarà riconosciuto da tutti quelli che lo usano.

Questo strumento vi permetterà di identificare i punti di forza del profilo e le debolezze, ma anche di stabilire gli obiettivi e di misurare i miglioramenti.

5.3. Tweetreach

Tweetreach vi permette di avere uno strumento di misura per aiutarvi a farvi capire la potenzialità di un'idea su Twitter. Twitter è molto più del numero dei vostri follower o di quante volte siete retweittati. Gli strumenti di analisi possono aiutarvi a capire quante persone stanno vedendo i tweet del vostro profilo e, con esattezza, chi ne sta parlando.



TweetReach misura il numero di persone che hanno visto dei tweet riguardo a qualcosa, come quante impressioni sono state generate. Vi fornirà anche ulteriori informazioni riguardo ai tweet stessi e le persone che hanno twittato riguardo ad un tema d'interesse.

6. Come migliorare

Se avete pensato che la creazione della vostra identità digitale e della vostra reputazione online sia stata la parte più difficile del vostro sforzo, vi sbagliate. Adesso entra in gioco il registro, dovete migliorare e mantenere virtualmente tutti i giorni tutto ciò che avete costruito fino a quel momento. Sarà un processo ciclico, tutti i giorni dovrete lottare per dare il meglio di voi stessi così che il resto del mondo possa vedere il vostro marchio personale (accompagnata dal vostro CV e dal portfolio) come quello ideale da cui ricevere l'offerta di lavoro che la compagnia sta offrendo.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



http://hotelperunews.com/wp-content/uploads/2015/08/HS_reputacion_online.jpg

Adesso vi mostreremo gli strumenti per migliorare e mantenere tutti i vostri account sui vari social network a cui avete deciso di partecipare in modo attivo. Non vale la pena registrarsi per poi lasciare l'account inattivo, ma è preferibile riservarsi l'opzione di registrarsi sui social media o sui nuovi servizi perchè se sappiamo quale utilizzo ne faremo, saremo in grado di riempire il modulo di registrazione con contenuti che aggiungano valore alla comunità.

6.1. Hootsuite

Hootsuite (<https://hootsuite.com>) è una dashboard per la gestione dei social media. Potete usare Hootsuite per gestire tutti i vostri social network dallo stesso luogo.

Gli utenti possono salvare del tempo prezioso connettendo i loro account Twitter, Facebook, Google+, LinkedIn, Foursquare, WordPress sotto l'ombrello HootSuite approfittando della sua funzione di pianificazione strategica.

6.2. Tweetdeck

TweetDeck è stato realizzato per permettere agli utenti di creare nuove cose che non potevano fare sull'interfaccia di Twitter, come mandare lo stesso messaggio a più account, tracciare i proprio hashtag più recenti e gestire gli account di più social network, inclusi Facebook, Foursquare, e naturalmente, Twitter. TweetDeck è un eccellente strumento per le compagnie. Risulta particolarmente utile per gestire e organizzare gli account di Twitter. La possibilità di pianificare è anch'essa molto utile perchè gli aggiornamenti costanti sono importanti per costruire un marchio attraverso i social network.

Queste sono alcune funzioni di TweetDeck che migliorano Twitter rendendolo uno strumento efficace per il business:

1. Messaggi multipli per un messaggio: è perfetto per le piccole e medie imprese (SMEs) perchè garantisce un costante aggiornamento del loro account (senza dover aggiornare manualmente).
2. Contrazione del tweet: è utile per le persone che sono solite scrivere lunghi commenti. TweetDeck aiuta le persone a non superare il limite di 140 caratteri sostituendo i numeri alle parole, accorciando le parole, etc.



Project Number: 2015-1-ES01-KA202-016077

3. Traduzione di TweetDeck: questo è uno strumento utile soprattutto se realizzate transazioni con altri paesi.
4. Filtraggio parole chiave: le opzioni di ricerca di TweetDeck sono migliori delle funzioni di Twitter. Potete filtrare i tweet attraverso parole chiave così come attraverso la fonte, il nome e il periodo.
5. Integrazione dei Social Media: questa è una caratteristica di TweetDeck che Twitter deve tenere. Questo servizio permette agli utenti di gestire vari account dei social network – come Facebook e LinkedIn, sullo stesso sito. Se Twitter rimuoverà questa opzione gli utenti si lamenteranno.
6. Desktop Client: il desktop client TweetDeck è piacevole, organizzato e chiaro.

7. Esempi

Sfruttando la lista delle 30 persone più influenti su Internet esploreremo 4 profili professionali.

Barack Obama

E' molto semplice citare fatti riguardo all'influenza virtual del Presidente: è il leader mondiale con più "mi piace" su Facebook; è il leader mondiale più seguito su Twitter; e ha realizzato il più visualizzato "Ask Me Anything" nella storia di Reddit. Ma ancora più impressionante, Obama è in grado di stabilire i temi del giorno. Lo scorso mese, per esempio, è apparso alle telecamere di BuzzFeed con un bastone per i selfie—tra gli altri oggetti di scena—per ricordare di firmare a favore dell' assicurazione sanitaria nell' Affordable Care Act; in pochi giorni, il video è stato visto più di 50 milioni di volte.—Olivia B. Waxman

Joy Cho

La blogger di 35 anni ha sfruttato le sue competenze nel campo del design per costruire un impero stile "Oh Joy!", che abbraccia Pinterest (dove detiene il record di 13 milioni di seguaci), YouTube (dove posta tutorial di design DIY), Instagram, Facebook, Twitter e si, anche libri vecchio stile. Più recentemente, la blogger residente a L.A. ha iniziato a produrre prodotti con marchi Land of Nod e Target, dove molti item della sua linea di arredamento sono andati sold out . A maggio, lancerà la sua linea Band-Aids per Johnson & Johnson.—S.B.

Shakira

Potrebbe non essere coinvolta personalmente sui social media come alcune delle sue coetanee, ma non si può negare il capitale sociale di Shakira. La vincitrice di due Grammy totalizza 107 milioni di fan su Facebook —più di ogni altra persona sul sto, inclusi il Presidente Obama e Taylor Swift—dandole una piattaforma senza eguali per promuovere il suo lavoro e le sue cause. Un post del 2013 che chiedeva alle persone di donare soldi a favore del progetto "World Baby Shower" dell' UNICEF, per esempio, ha raggiunto 1.3 milioni di mi piace, quasi 90,000 condivisioni, e ha aiutato a raccogliere fondi sufficienti a garantire 80,000 vaccini anti-polio e quattro tonnellate di cibo per i bambini di tutto il mondo.—S.G.

Neil Gaiman

Neil Gaiman è un autore di successo, vincitore di premi per la sceneggiatura, e un produttore. Rappresenta i suoi romanzi, insieme ai vari film che supporta. Questa pagina è personale e professionale, che è ciò che il pubblico cerca. Fa appello all'idea di non voler mai crescere e scherza dicendo che un giorno troverà un vero lavoro. Questo



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



Project Number: 2015-1-ES01-KA202-016077

fa molto riferimento al suo pubblico, dal momento che molti si sentono simili. La sua foto del profilo potrebbe sembrare personale, ma, in realtà, pubblicizza la sua ultima pubblicazione, “Fortunately, the Milk.”

8. Continuare e pianificare

I social network rivelano la vostra personalità e il vostro comportamento professionale, ma possono essere il successo della vostra carriera, o piuttosto, la sua fine. Questo richiede di non commettere errori colossali...

1. Non avere un piano, o, stare sui social senza un obiettivo;
2. Nonostante siano gratuiti, i social network possono richiedere tempo e soldi per gli utenti di tutti i giorni e per chi lo usa per affari qualora non lo utilizzino propriamente. Il passo più importante è stabilire qual è il vostro obiettivo e chi volete raggiungere con questo mezzo;
3. Ottenere tutto e subito – dopo un piano strategico, è naturale se si vuole implementare tutte le azioni allo stesso tempo, cosa che ultimamente sta diventando eccessiva. Prima di fare questo, fate una ricerca per stabilire quali reti vi permettono di raggiungere meglio i vostri obiettivi;
4. Non misurare il ritorno che l'investimento dovrebbe portare - prima che iniziate, decidete quali saranno i vostri obiettivi e come potete monitorare il traffico sui social network. Molti di essi hanno strumenti per determinare gli ambiti delle regioni demografiche e monitorare da dove vengono i visitatori del vostro profilo e quanto successo state ottenendo;
5. Il mancato inserimento di informazioni essenziali sui profili - è importante riempire tutti i campi delle informazioni nei profili perchè sono ciò che definisce chi si trova nelle ricerche su Internet. I profili sui social network spesso forniscono vari campi per includere informazioni riguardanti l'utente, le foto, il logo etc... Molti utenti tendono a riempire solo le parti più importanti e alla fine lasciano il profilo incompleto. Più il vostro profilo sarà completo, maggiori saranno le chances di essere trovati;
6. Ignorare le opinioni degli altri – cercate di interagire con i vostri contatti. Se vi siete trovati in una situazione in cui solo una persona parla e non dà agli altri alcuna possibilità di esprimersi, sapete già quanto sia fastidioso non ricevere la dovuta attenzione. Nei social network le dinamiche sono e stesse: se un utente promuove e basta e non interagisce con gli altri, potrebbe finire col perdere dei seguaci. Perciò se qualcuno fa un commento sul vostro profilo o su un vostro post, non dimenticate di rispondere;
7. Rimuovere i commenti negativi o le critiche – ci sono utenti che usano social network per lamentarsi o criticare alcune azioni o dei comportamenti. Nella maggior parte dei casi, la prima reazione è quella di cancellare il commento e non lasciare che gli altri contatti lo vedano. Comunque, quando cancellate un messaggio, gli utenti potrebbero capire che è un tentativo di nascondere qualcosa e pretendono che si mostri sempre un'immagine positiva. Invece di cancellare i post, provate a rispondere con gentilezza e aspettare la difesa da parte di altri contatti;
8. Se usato in modo non corretto, i social network possono anche distruggere la vostra carriera – non cancellate i messaggi con le critiche riguardo a voi stessi, ma invece provate a capire chi vi ha criticato e perchè. Convincetelo a cambiare il post dicendo l'opposto;
9. Non preoccuparsi dei profili già esistenti – fate ricerche costanti su Internet per vedere dove vengono divulgate notizie riguardo a voi. Lo sapevate che molte delle informazioni riguardo a voi sono già su Internet senza che lo sappiate? Una semplice ricerca può mostrarvi Google profile Places, compagnie telefoniche e siti web con informazioni per contattarvi. La cosa importante è mantenere questi profili aggiornati, perchè anche senza un sito Internet o un profilo sui social network, un datore di lavoro li troverà attraverso dei motori di ricerca;
10. Non avere tempo per aggiornare i profili – costruire un marchio su Internet richiede tempo e dedizione. Per espandere la vostra rete di contatti online, dovete essere preparati a spendere alcuni minuti della vostra giornata per aggiornare tutti i profili. Se pensate che non avrete il tempo di aggiornare i social network in modo costante, la miglior cosa da fare è quella di non adottare proprio questa strategia.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.