

# PROGETTO GESTIONE SOCIAL MEDIA

## «TRAVERSATA DELLO STRETTO»

### PRESENTAZIONE

La Traversata dello Stretto di Messina è una Gara agonistica internazionale di Nuoto di Fondo, che vanta partecipanti da tutto il mondo. Gli atleti sono chiamati a sfidare, nei 6 km di gara, le forti correnti del tratto di mare che divide le città di Messina e Villa San Giovanni (RC).

### OBIETTIVO

Nell'ambito di un più ampio progetto di sviluppo dell'evento, la direzione Comunicazione e Marketing intende accrescere la presenza e la visibilità dell'evento stesso attraverso un incremento dei followers sulle sue piattaforme social (Facebook, Instagram, TikTok), al fine di accrescere il valore del brand «Traversata» ed eventualmente poter attrarre nuovi sponsor per il futuro.

Dai vertici di organizzazione e gestione dell'evento è dato mandato quindi al Social Media Manager di creare una struttura più puntuale ed articolata, al fine di raggiungere gli obiettivi prefissati. L'obiettivo è quello di sfruttare a pieno i nuovi strumenti di Data Analysis, in particolare quelli derivanti dall'utilizzo della AI, per affinare la ricerca dei contenuti multimediali che verranno utilizzati dal gruppo creativo nell'ideazione di post, stories e reels, con l'obiettivo di utilizzare contenuti che siano fortemente orientati ed affini per attrarre il pubblico sui propri profili e accrescerne il traffico sugli stessi.

Viene quindi nominato un Project Manager che, a stretto contatto con l'Area di Gestione dei Social Media, gestirà il progetto e l'inserimento di 3 nuove figure in ambito Data Analysis, in aggiunta alle figure del settore di gestione delle piattaforme e del settore creativo:

1. Un «Data Engineer» che avrà il compito, attraverso strumenti di machine learning e AI, di ricercare una grande mole di contenuti che saranno salvati in Cloud e già parzialmente affinati da strumenti di AI per poi essere utilizzati dal settore creativo per l'ideazione di eventuali bozze di post, stories e reels;
2. Un «Data Analyst», che avrà il compito di filtrare ulteriormente e mettere in ordine i contenuti provenienti dal lavoro del Data Engineer sulla base di un confronto continuo con la gestione operativa Social Media, indagando sui trend rilevati dai contenuti pubblicati negli ultimi 6 mes, così da indicare attraverso modelli statistici quali tipi di contenuti e hashtag sarebbe opportuno utilizzare al fine di calendarizzare in maniera corretta i post, stories o reels;
3. Un «Data Scientist», che avrà il compito di analizzare insieme alla gestione operativa Social Media il traffico derivante dalle piattaforme social, analizzarne i trend in base ai KPIs di riferimento (Likes, Visualizzazioni e Interazioni) per far sì che si possa agire in ottica di un miglior sviluppo del brand e che si possano prendere migliori decisioni in ottica di gestione e pubblicazione dei contenuti per il futuro.

# AREA GESTIONE SOCIAL MEDIA «TRAVERSATA DELLO STRETTO»

