

Osservatorio Giovani 2.0 ed APP sulle politiche giovanili

Obiettivi:

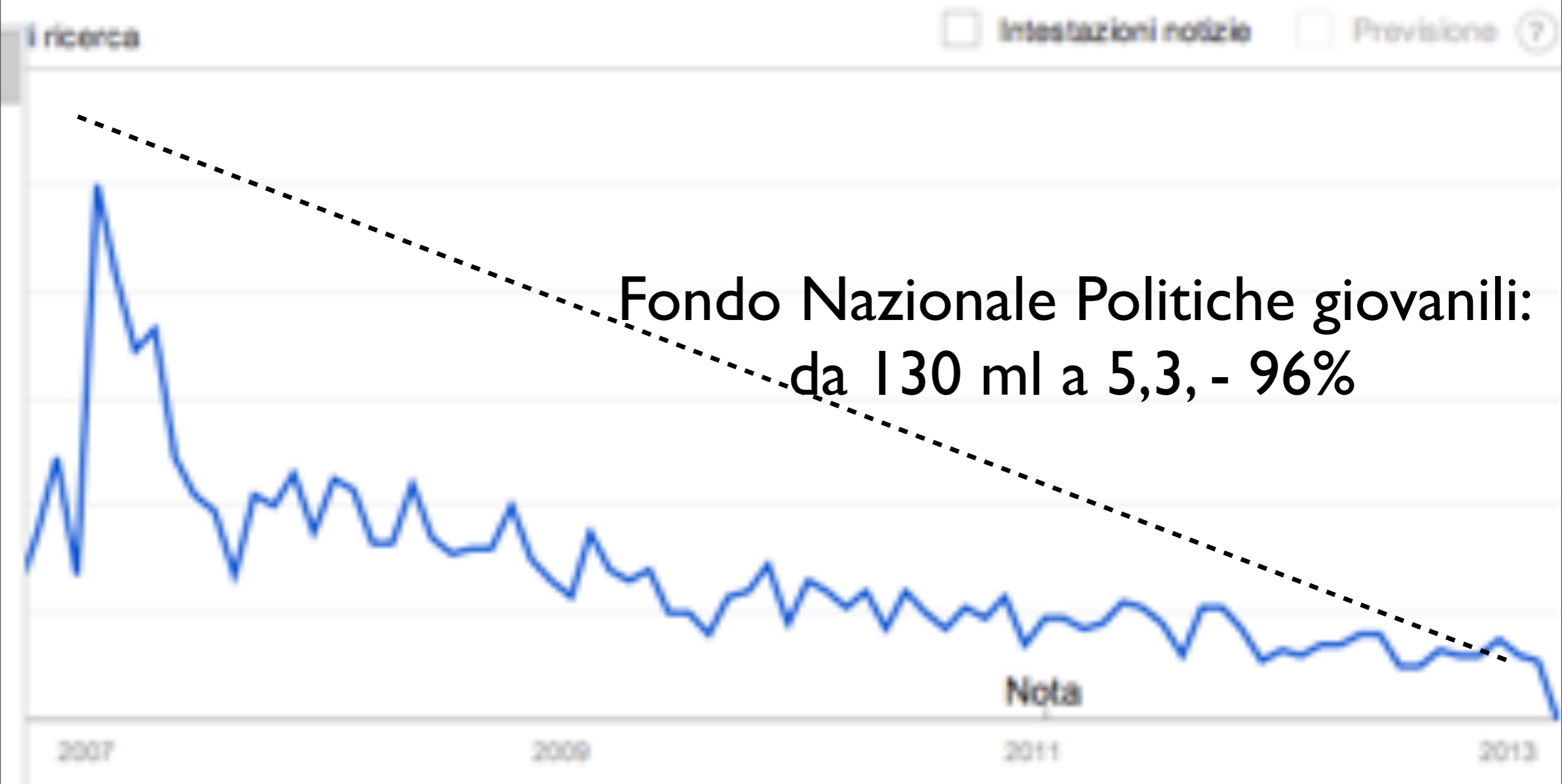
- ascoltare e comunicare con i giovani, creando un canale diretto con loro,
- realizzare una mappatura dell'esistente rispetto ad opportunità e servizi per i giovani,
- promuovere una APP che porti ai giovani le informazioni che loro stessi hanno individuato come rilevanti

Il sistema di ascolto e comunicazione tra giovani ed Istituzioni e gli strumenti di “mappatura 2.0” dell’esistente sul territorio (georeferenziazione)

“Ascoltare e comunicare ai giovani, istituendo un canale diretto

Istituire un canale diretto di comunicazione giovani/Istituzioni su social e web (e poi APP), che parte dall’ascoltare quotidianamente tutto quanto accade sui territori in ambito di giovani e politiche giovanili, per poi diffonderlo e via via “popolare” i vari canali social di una “comunità di pratiche” su questi temi, che si ritrova, valuta, propone.

Il calo dell'interesse (v. linea blu) e delle risorse per le politiche giovanili in Italia (linea tratteggiata)



Interesse delle politiche giovanili e risorse nel tempo, in Italia

I territori dove maggiore è l'attenzione per i giovani



0 100

Sottoregione | Città

Le città

Interesse regionale ?



Trento	100	
Verona	28	
Napoli	28	
Rome	24	
Bari	23	
Padova	22	
Milan	21	
Palermo	21	
Bologna	20	
Torino	17	



Le linee guida della UE in materia di gioventù auspicano, per i Paesi membri, la diffusione di ricerche ed informazioni che tendano a favorire lo sviluppo di azioni di politiche giovanili, aumentando la conoscenza di opportunità, reti, best practices.

Cosa vuol dire “ascolto” nell’era del 2.0”

Non serve cercare dati altrove, internet offre un bacino illimitato di opinioni, si tratta solo di sapere come cercarle e sfruttarle al meglio governando la comunicazione sui diversi canali



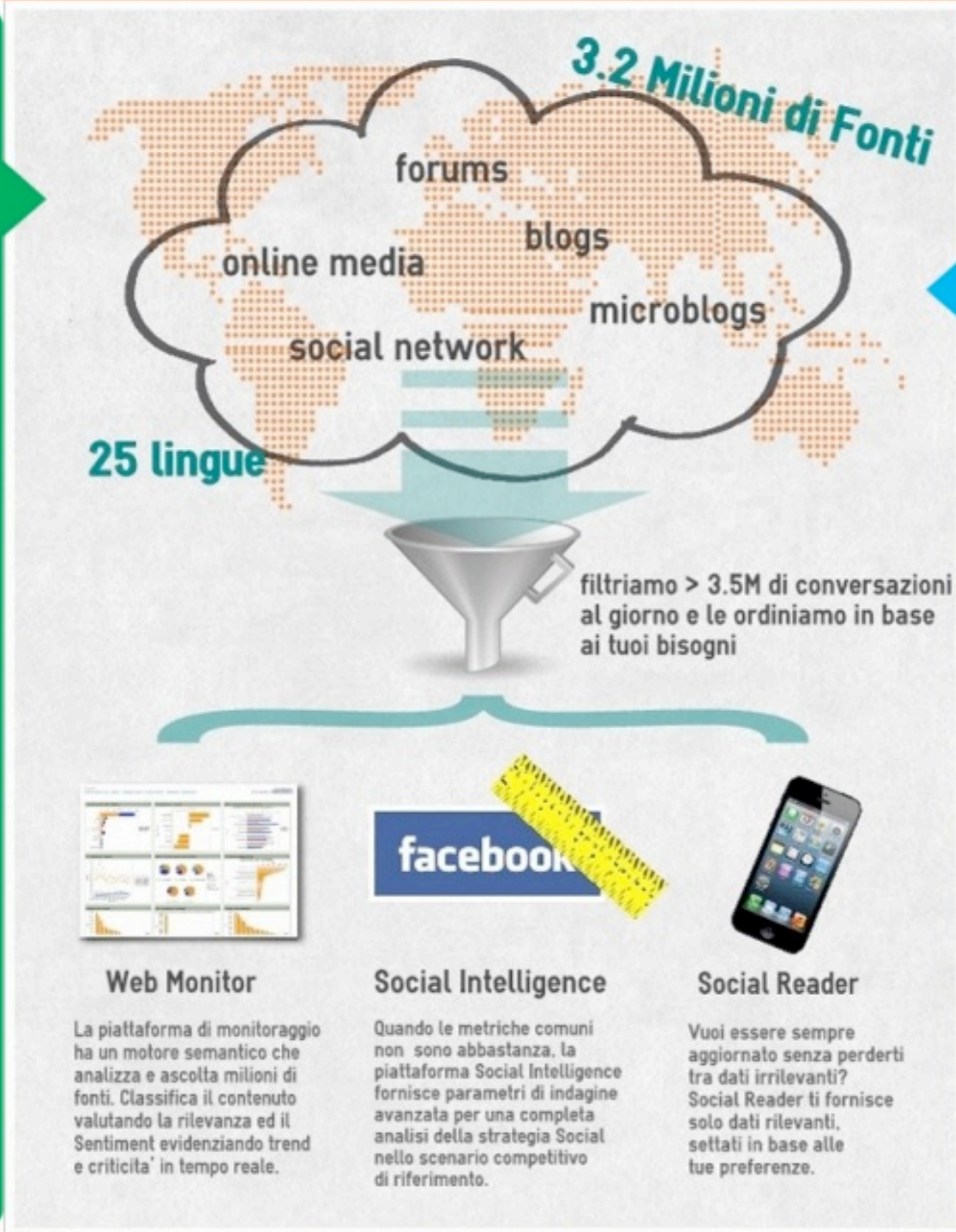
Osservatorio 2.0

Fonte: Bewe.it

Plan: Digital Analysis

Perform: Digital Engagement *aumento il buzz e i dati qualitativi*

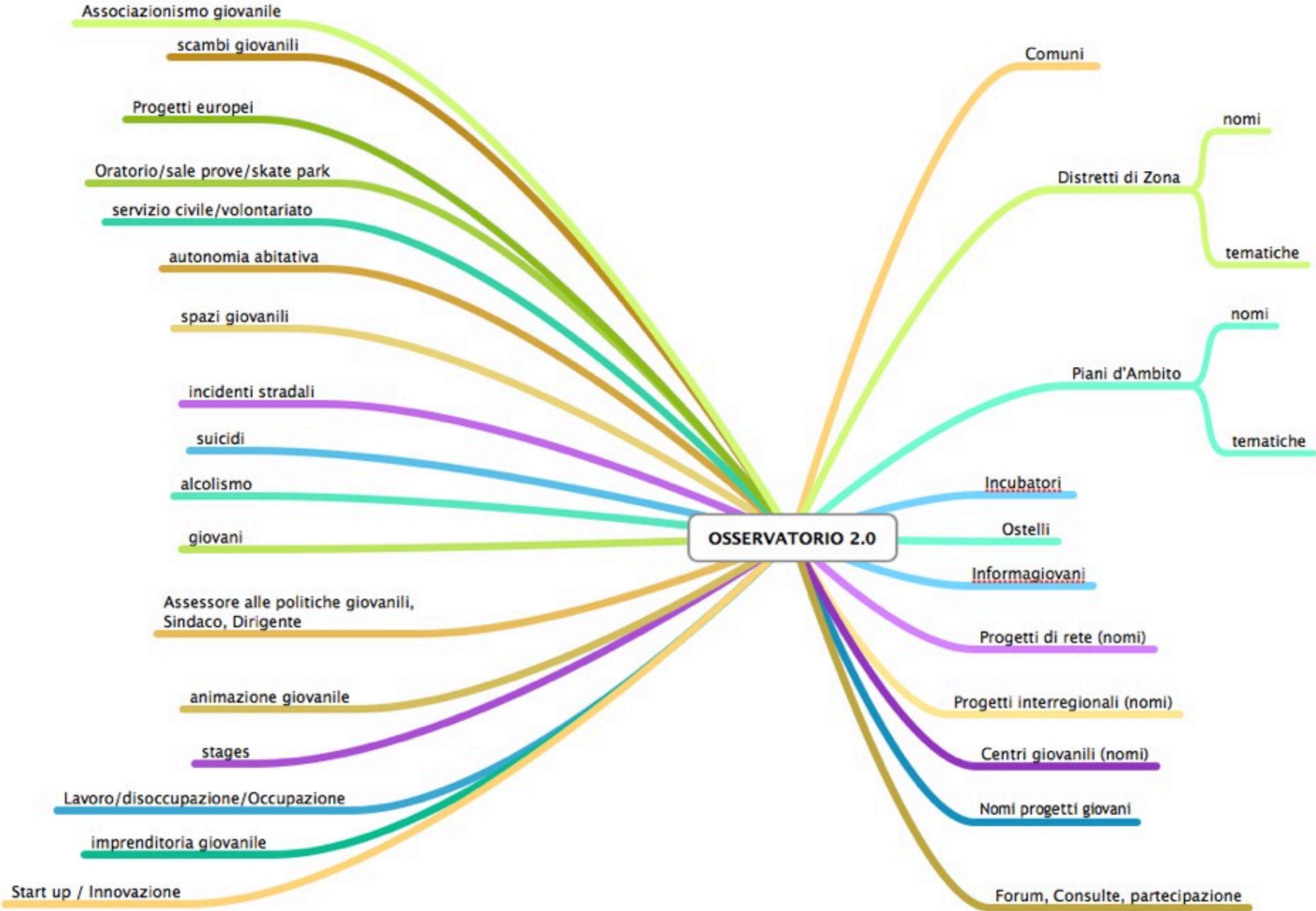
Profile: Digital CRM *ottimizza la strategia grazie ai cluster basati sugli interessi*



Profile: Digital CRM

ottimizza la strategia grazie ai cluster basati sugli interessi

L'ascolto 2.0: esempi di tematiche rilevanti per un Osservatorio Giovani



Studio, audit e gestione di canali social network per informazione diretta ai giovani ed alla “comunità di progetto” locale delle politiche giovanili

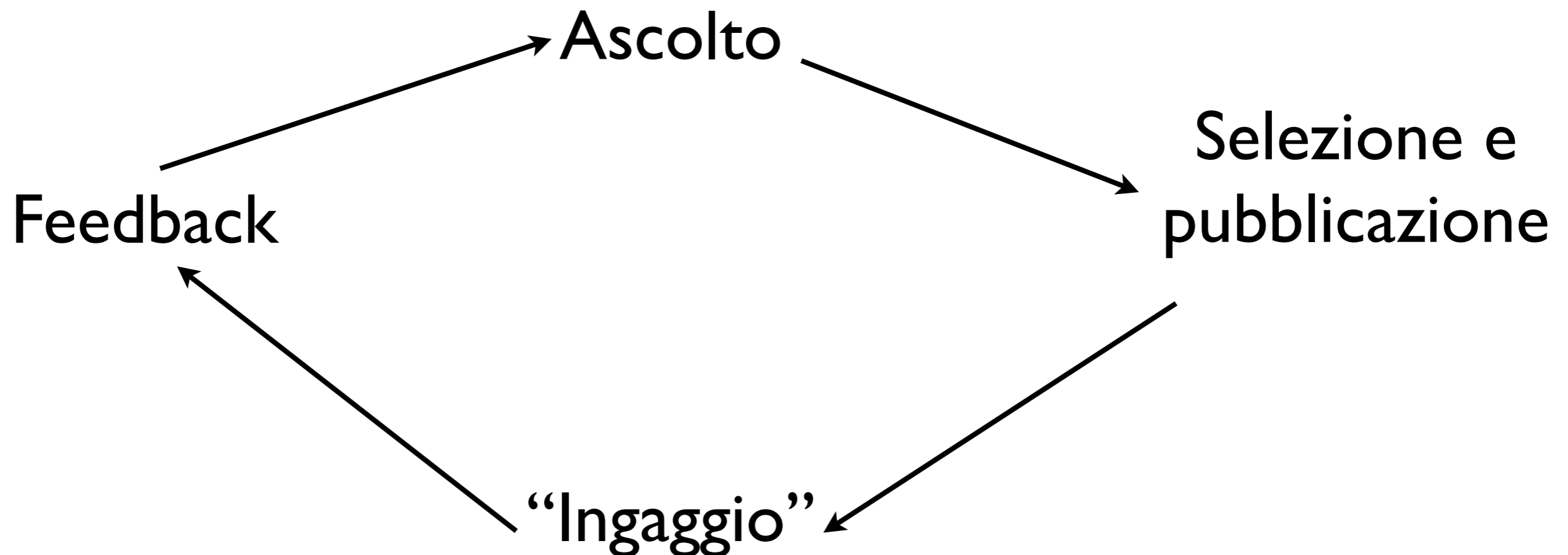
Come funziona? I contenuti del progetto:

- **audit quotidiano** quale strumento di ascolto del web di quanto succede ogni giorno sui territori in termini di politiche giovanili e tematiche giovanili (e/o discusse dai giovani), al fine di creare un “*Osservatorio giovani 2.0*”
- **attivazione di canali (e presenza) sui principali social network** usati dai ragazzi (al fine di veicolare loro l’informazione sulle attività già realizzate dalle Istituzioni, giovani ed Organizzazioni sociali e che possono essere di interesse giovanile, implementando il concetto di “trasversalità” delle politiche giovanili), al fine di “**ingaggiare**” una partecipazione attiva, con post, newsletter, video, sms, ecc e una **targettizzazione** dei “followers”
- **realizzazione di una applicazione (APP) con i contenuti individuati e selezionati**

Contenuto del progetto:

- **audit quotidiano** per “*Osservatorio giovani 2.0*” (i giovani continuano a comunicare, bisogna ascoltarli nei loro linguaggi e mezzi...)

- **strumento di valutazione delle politiche giovanili**, in quanto ascolta la “voce dei giovani” sui progetti, servizi e **rilevazione di interessi e sentiment giovanili**



Obiettivi della fase di ascolto:

1. verificare l'informazione presente quotidianamente sul web in materia di politiche giovanili, i dibattiti dei giovani, promuoverli, attivarli, analisi di tendenze e interessi;
2. analizzare sul web l'interesse quali/quantitativo su "politiche giovanili" e interessi;
3. **analizzare la territorialità dell'informazione prodotta;**

Metodologia: ascolto costante continuativo di tutto ciò che riguarda "*web conversations*" sul tema delle politiche giovanili e successiva analisi delle informazioni

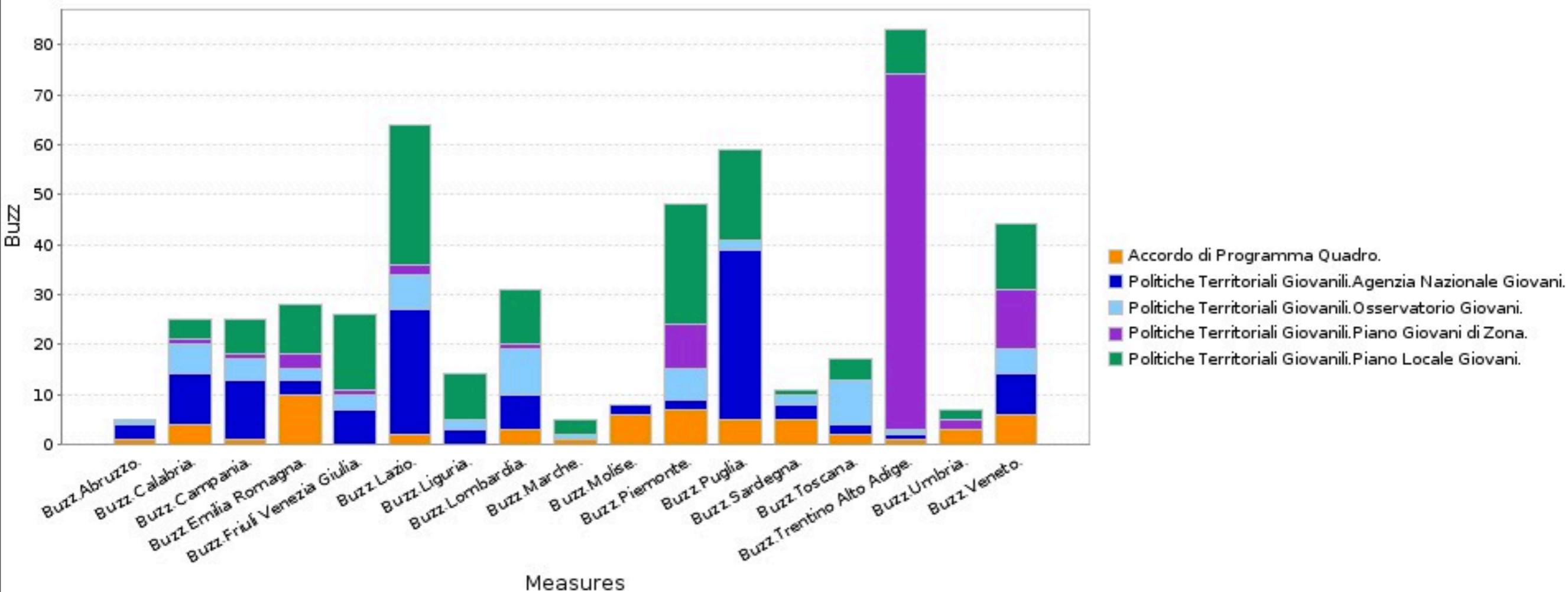
Strumento: elaborazioni di funzioni di ricerca ad hoc sul web

Categorie delle fonti d'ascolto sul web: clips (news) su blog, forum, siti web e *social network*, per un ascolto e analisi fino a **800 clips al giorno**, da 3,2 mln di fonti

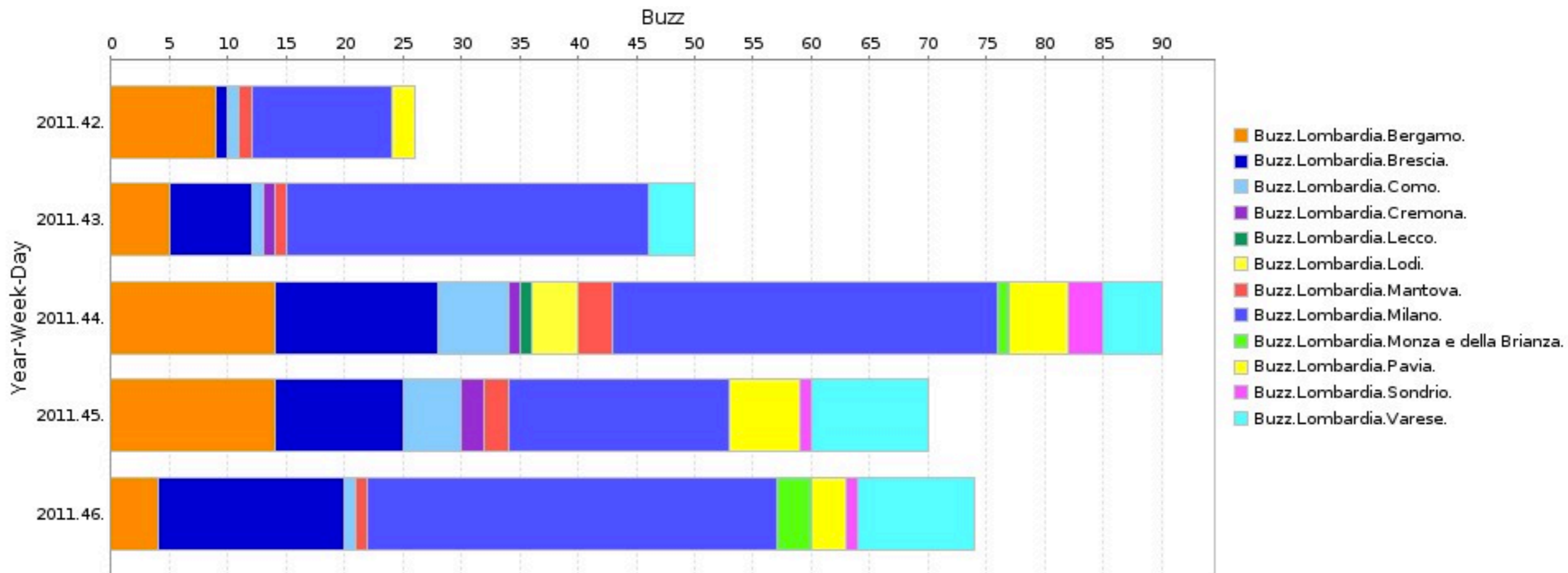
Informazione è un "bene pubblico" che - sui social - è molto più facile ed economico produrre, può essere partecipata e socializzata (= "bene comune").

L'informazione è motore di partecipazione (e viceversa) "*Carta europea di partecipazione dei giovani alla vita locale*")

L'Osservatorio 2.0 rielabora i dati anche dal punto di vista quantitativo ed è quindi possibile pubblicare ricerche su quei contenuti. Qui ad esempio si vede ciò che succede nelle Regioni italiane rispetto all'informazione sulle politiche giovanili



Un'altra applicazione di ricerca: le 12 province lombarde rispetto alle tematiche di informazione sulle politiche giovanili



Apro una attività, mi sapete dire dove trovare info per eventuali finanziamenti?

Verifica , se c'è nel tuo paese l'informagiovani e esponi le tue esigenze

Sapete dove posso trovare info su stage all'estero?

prova a guardare nel sito dell'Ig della tua città o del capoluogo di provincia! potresti trovare qualcosa che fa al caso tuo!

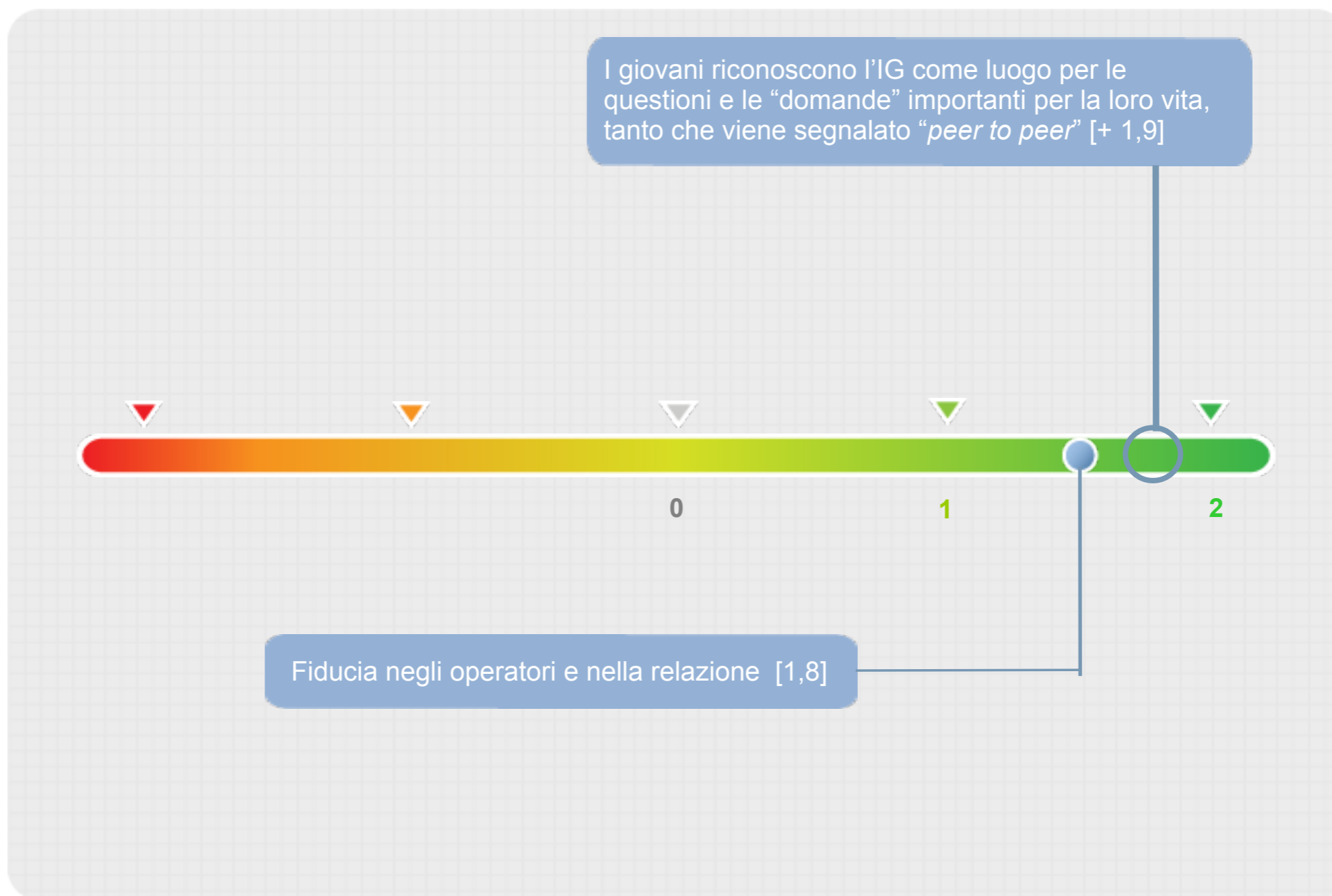
Sapete come funziona il prestito che lo Stato dà ai giovani?

Non so se c'è anche nella tua Città ma qui da me, esiste un'associazione chiamata **Informagiovani** dove ti danno tutte queste risposte e molto altro....un aiuto insomma....prova un po' a vedere!

Sapete dove si va per imparare il parkour?

ho appena guardato sul sito dell' **informa giovani**, puoi andare a in via.... al 35...ci si

Ricerca: Giovani ed apprezzamento del servizio IG



Target:

adolescenti e giovani + comunità di politiche giovani piemontesi che sono sul web, suddivisi per profili in base a:

- caratteristiche socio-demografiche
- interessi.

Inoltre target realizzabili attraverso l'analisi della presenza di profili su:

- facebook
- myspace
- altri social network

Le informazioni di cui sopra definiscono già i contorni di una "potenziale" community di giovani piemontesi attivi e partecipanti al web.

La sfida per l'Oss 2.0 è di riuscire ad intercettarli e mettersi in contatto con loro, per informare rispetto alle opportunità che sono loro rivolte.

La **soluzione di ascolto** serve:

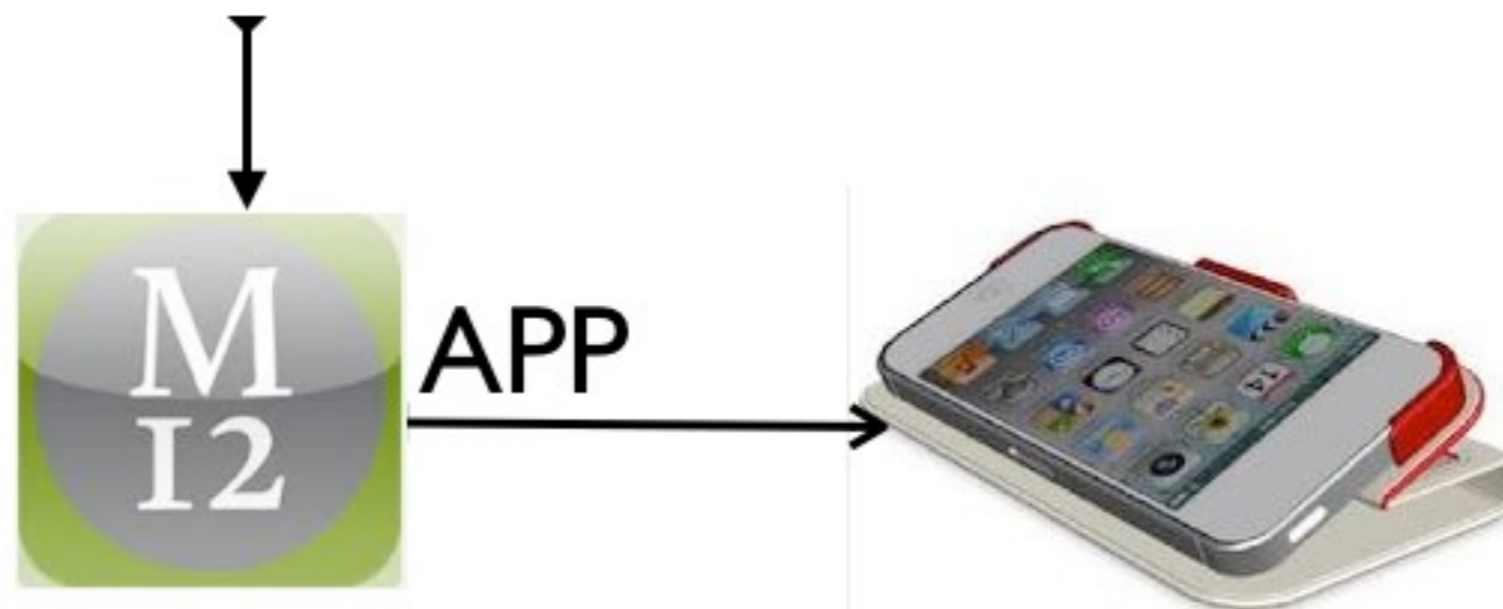
- per monitorare il grado di apprezzamento, la “**reputazione**” e la visibilità di iniziative, persone, organizzazioni, progetti, marchi, servizi;
- per raccogliere opinioni dalla community e identificare specifiche di evoluzione sui servizi;
- per rispondere prontamente a domande di supporto o lamentele dei "clienti" sul web;
- per gestire il processo di analisi dei temi, fonti e persone critici per la comunicazione;
- per identificare e stimolare le community di interesse
- per coordinare analisi e interventi di una redazione social (interna o esterna) da un “unica piattaforma.

La realizzazione di questo sistema di gestione, per una organizzazione sociale, può essere messa in atto con molte meno risorse, procedendo in questo modo:

1. si individuano dei temi tra quelli individuati nella mappa vista prima
2. si apre un canale su un social network o su un web, che via via diventa un osservatorio locale sul tema,
3. si attiva un servizio che popola il canale di news e contemporaneamente all'interno dell'organizzazione una persona anima la discussione, ricerca rapporti e contatti, fa PR, ecc (a meno che si decida di esternalizzare questa funzione)
4. si decide in andare on line in brevissimo tempo (15 gg) su un canale facebook, (30 gg se si realizza un web ad hoc) e ci si sta per 12/ mesi (meglio 24)
5. si valutano i risultati ottenuti e la soddisfazione per l'attività svolta.

Qualche riferimento per soluzioni molto “easy”:

1. **canale facebook**, nella forma e nel funzionamento gestionale
2. per potenziare la comunicazione, si può completare il sistema con una **APP gratuita** per smart phone, in modo da portare le informazioni rilevanti **nelle mani** delle persone che le hanno esplicitamente chieste.

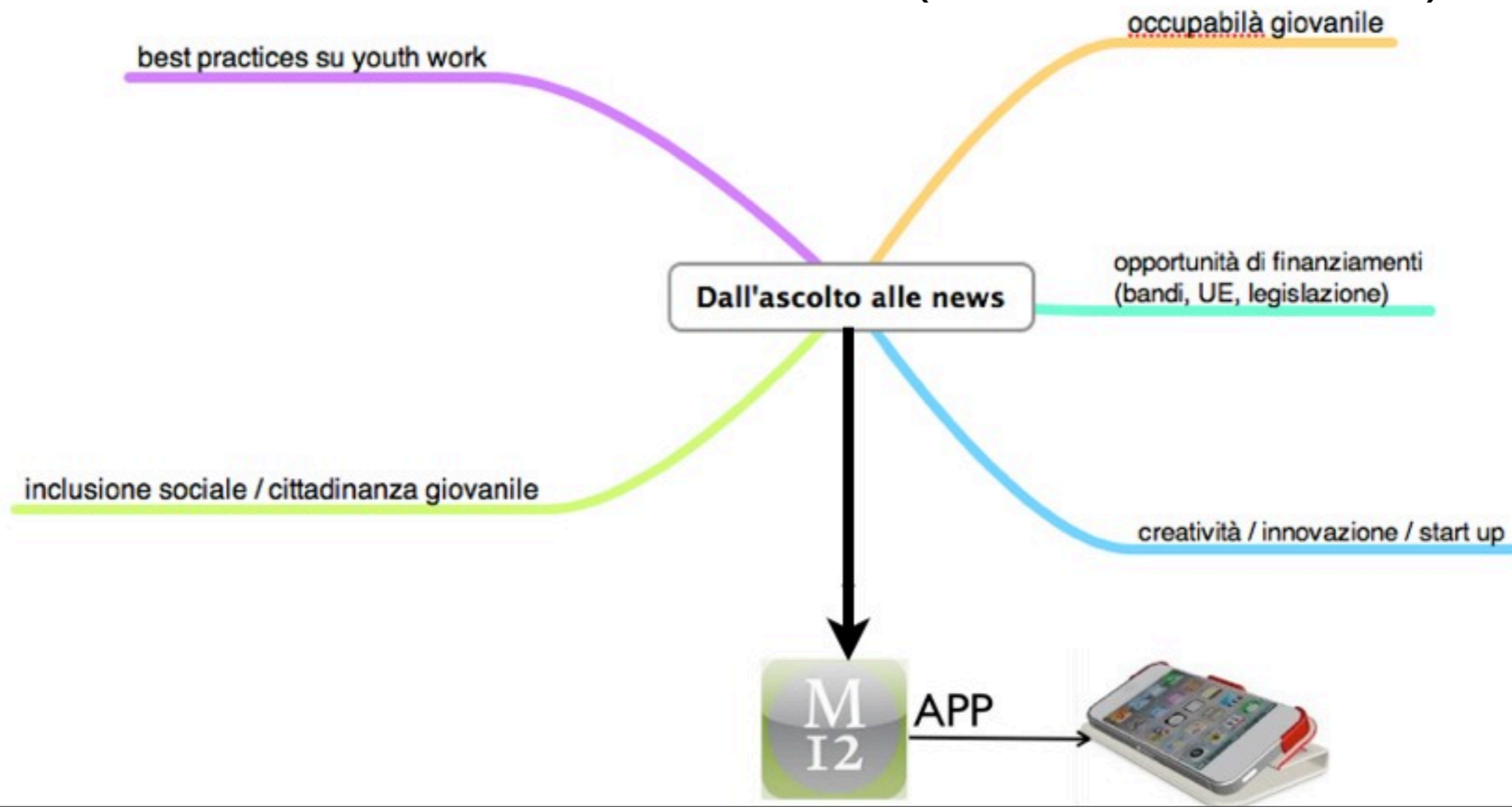


REALIZZARE LA PRIMA APP SULLE POLITICHE GIOVANILI IN ITALIA

Con i contenuti rilevati, è possibile diffonderli attraverso modalità che permettono agli utenti di autoselezionarli sulla base di categorie. Questo permette a ciascuno di personalizzare il proprio strumento di informazione, stabilendo gli argomenti rilevanti per il proprio aggiornamento, anche professionale



Questa è la sperimentazione di una APP su cinque categorie di contenuti: il vantaggio è che il sistema di ascolto individua le informazioni già selezionandole ed “immagazzinandole” su queste stesse categorie e poi ciascuno può riceverle sulla base di quelle che ritiene di suo interesse. La APP è gratuita ed il costo complessivo del sistema è molto basso (dai 15.000 euro)



POTENZIALITA' FORTE: IL PASSAGGIO DALL'INFORMAZIONE ALLA PARTECIPAZIONE

Vi è possibilità di verificare dal basso, ovvero dalla prospettiva dei giovani tra i 15 e i 30 anni di età, gli effetti delle politiche giovanili messe in atto fino ad oggi da enti locali ed istituzioni nazionali.

Infine, avere un Osservatorio on line permette anche di poter sviluppare sulla stessa piattaforma azioni di CRM per fidelizzare - con aggiornamenti, discussioni, ricerche - la comunità di progetto giovanile, costantemente informata da una APP.

Timing: la velocità di attivazione dello strumento è 30 giorni...e dopo 4 mesi, la prima ricerca può essere pubblicata

Data	Attività
1° giorno	Assegnazione incarico
2° giorno	Avvio lavoro di implementazione sistema di ascolto
15° giorno	Messa on line del sistema web e social
20° giorno	Sistema disponibile anche sui canali social
30-60°	Conferenza stampa di lancio e attività di comunicazione relativa
6° mese	Monitoraggio
12° mese	Verifica e valutazione per eventuale rinnovo

Per info:



Prof. Giovanni Campagnoli
www.politichegiovanili.it
Portatile: +39.335.474834
gcampagnoli@politichegiovanili.it
Skipe: gcampagnoli