

Social Network & Personal Branding per lo Psicologo



facebook

Palmanova di Udine (UD) - 24 Ottobre 2015 - Lo Psicologo Imprenditore di Se Stesso

Il Programma

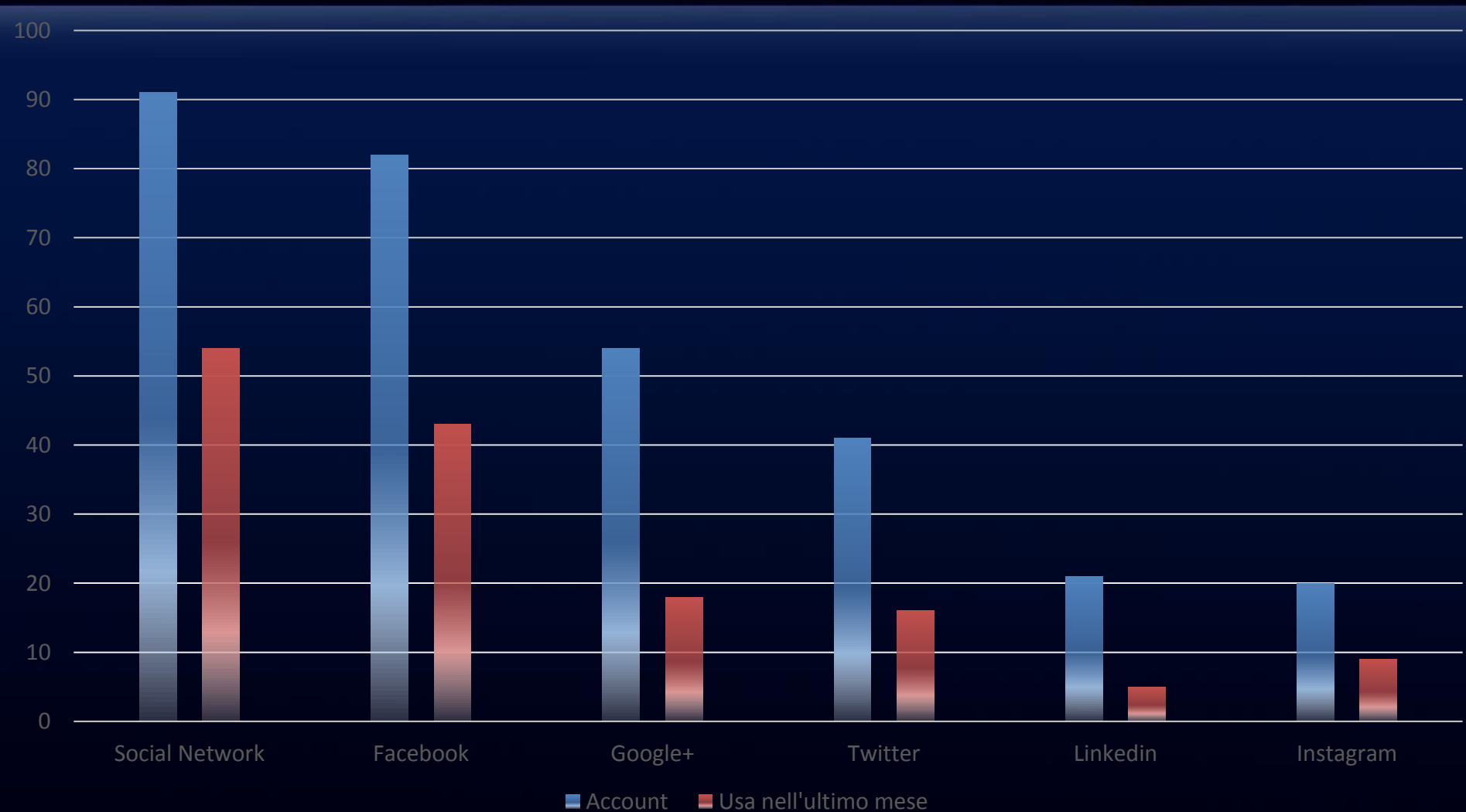
Cosa sono i
social

Cosa fare e
cosa non fare
con i social

Come
incrementare
la propria
visibilità con
i social



Social Network in Italia



I Vantaggi di Facebook

**Altissima
Diffusione**

**Ubiquità e
Automatizzazione**

Alta Viralità

**Linguaggio per
immagini**

**Strumenti di
Advertising**

Psicologia di Facebook

Crearsi un'immagine

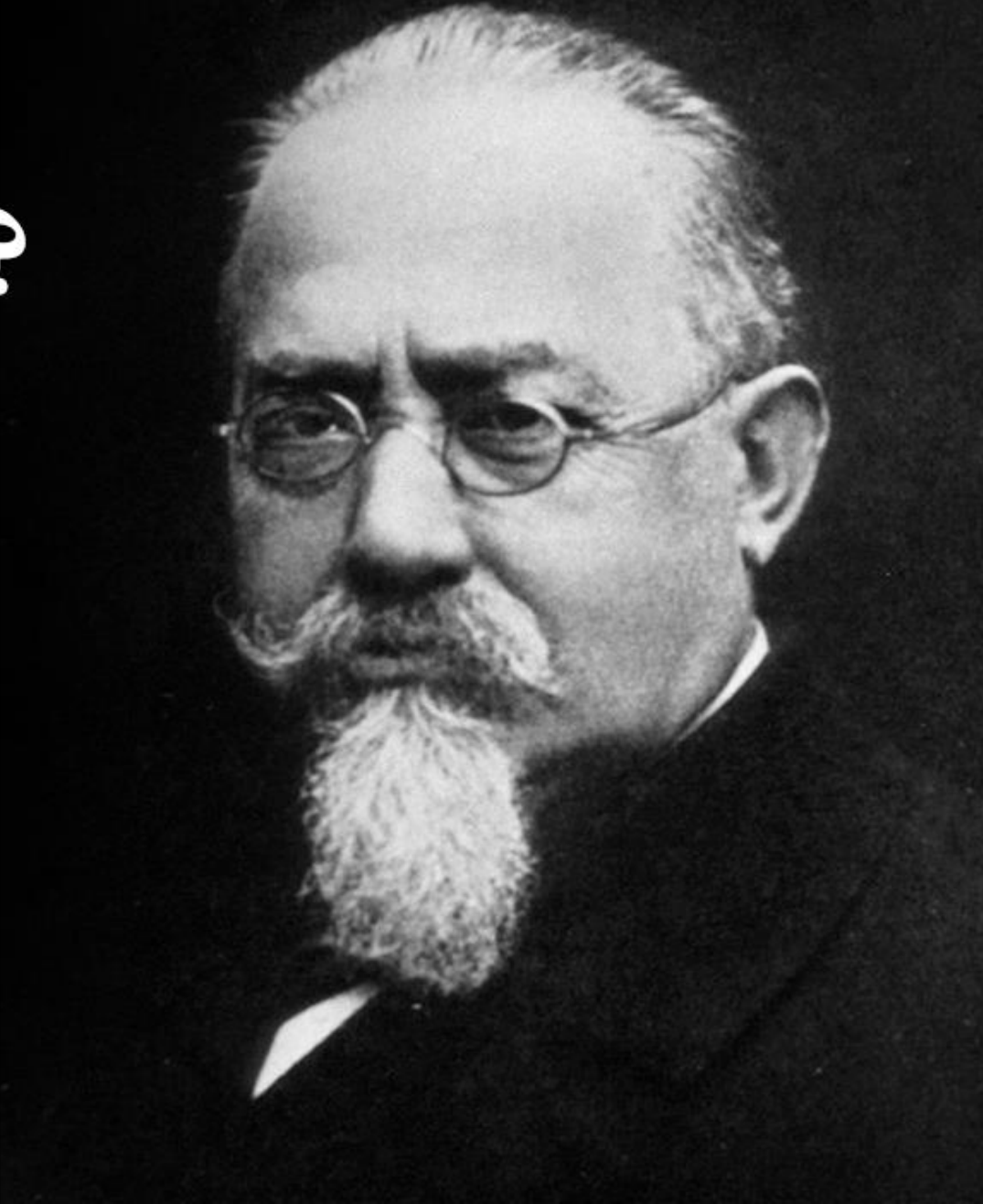
Cosa la tua foto può dire di te

- L'utente costruisce una prima impressione su di te, basandosi sulla foto di profilo e sulle fattezze del volto (Sutherland, 2015). L'utente formula una valutazione in termini di:
 - Competenza
 - Piacevolezza
 - Influenza
 - Intelligenza
 - Personalità



Teorie Lombrosiane?

Ovviamente no,
il fatto che l'utente formuli delle
valutazioni basandosi sulle fattezze
del volto non ci dice niente
dell'accuratezza di queste valutazioni



Accuratezza della FFI

Facial First Impression	Accuratezza
IQ Maschile (Kleisner, Chvatalova, Flegr, 2014) IQ Femminile	Discreta Nulla
Big Five Traits (Borkenau & Liebler, 1992; Little & Perrett, 2007; Pentonvoak et al., 2010)	E,C - Discreta N, O, A - Nulla
Fiducia (Bonnefon, Hopfensitz & De Neys, 2013; Efferson & Vogt, 2013; Rule et al., 2013).	Nulla
Orientamento Politico (Rule & Ambady, 2010).	Discreta
Orientamento Sessuale (Rule, Ambady & Hallett, 2009; Rule et al., 2011)	Discreta
Comportamento Criminale (Bonnefon et al., 2013; Efferson & Vogt, 2013; Rule et al., 2013).	Nulla

Perché è importante la FFI?

Le persone hanno una overconfidence nei confronti delle proprie valutazioni nonostante la *scarsa accuratezza* delle valutazioni.

Le persone prendono decisioni in base alla FFI.



Esempi di decisioni basate sulla FFI

Predittore	Criterio
Fiducia percepita del volto (Lawson et al., 2010, Antonakis & Dalgas, 2009, Mattes & Milazzo, 2014),	Preferenze di Voto
Somiglianza del volto di candidato ed elettore	Preferenza di Voto
Bellezza Fisica (Gilmore, Beehr & love, 1986; Hochschild & Borch, 2011; Lutz, 2010).	Decisione di Assunzione o Licenziamento
Baby-face (Zebrowitz & McDonald, 1991)	Valutazione di Innocenza in Tribunale
Piacevolezza del Volto (Duarte, Siegel & Young, 2012; Yang, 2014)	Probabilità di Ricevere un Prestito

**Photofeeler, il tuo consulente
d'immagine gratuito**

Segnali di autocontatto

Title: Mathematician

Specialty: Analytics



Results: **Precise** (69 votes)

Score

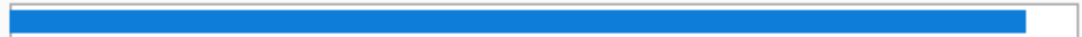
PhotoFeeler Rank



Competent

[About These Ranks](#)

95%



Likable

96%



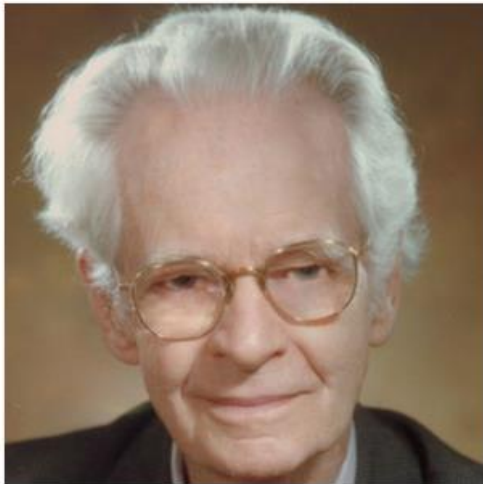
Influential

62%



Occhiali e fronte alta aumentano la percezione di competenza ed influenza

BUSINESS



TITLE
Psychologist

Ranks

Scores

Notes (3)

Export



Competent: 90%



Likable: 24%

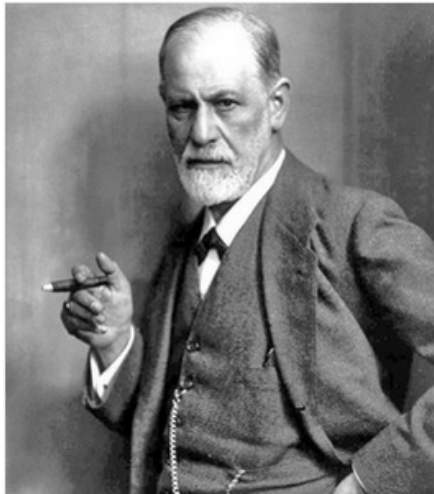


Influential: 90%



Face Impact di Freud

BUSINESS



TITLE
Psychologist

Ranks

Scores

Notes (3)

Export



Competent: 38%



Slightly Below Average

Likable: 3%



Below Average

Influential: 67%



Above Average

Face Impact di Garibaldi

BUSINESS



TITLE
Militar

Ranks

Scores

Notes (2)

Export



Competent: 50%



Average

Likable: 8%



Below Average

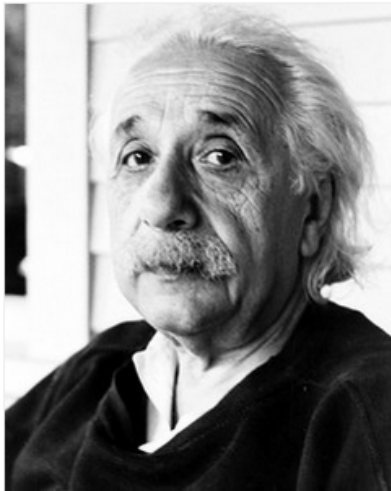
Influential: 83%



Top 20%

Face Impact di Einstein

BUSINESS



TITLE
Professor

Ranks

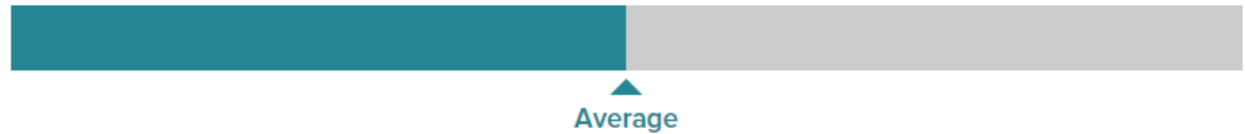
Scores

Notes (3)

Export



Competent: 50%



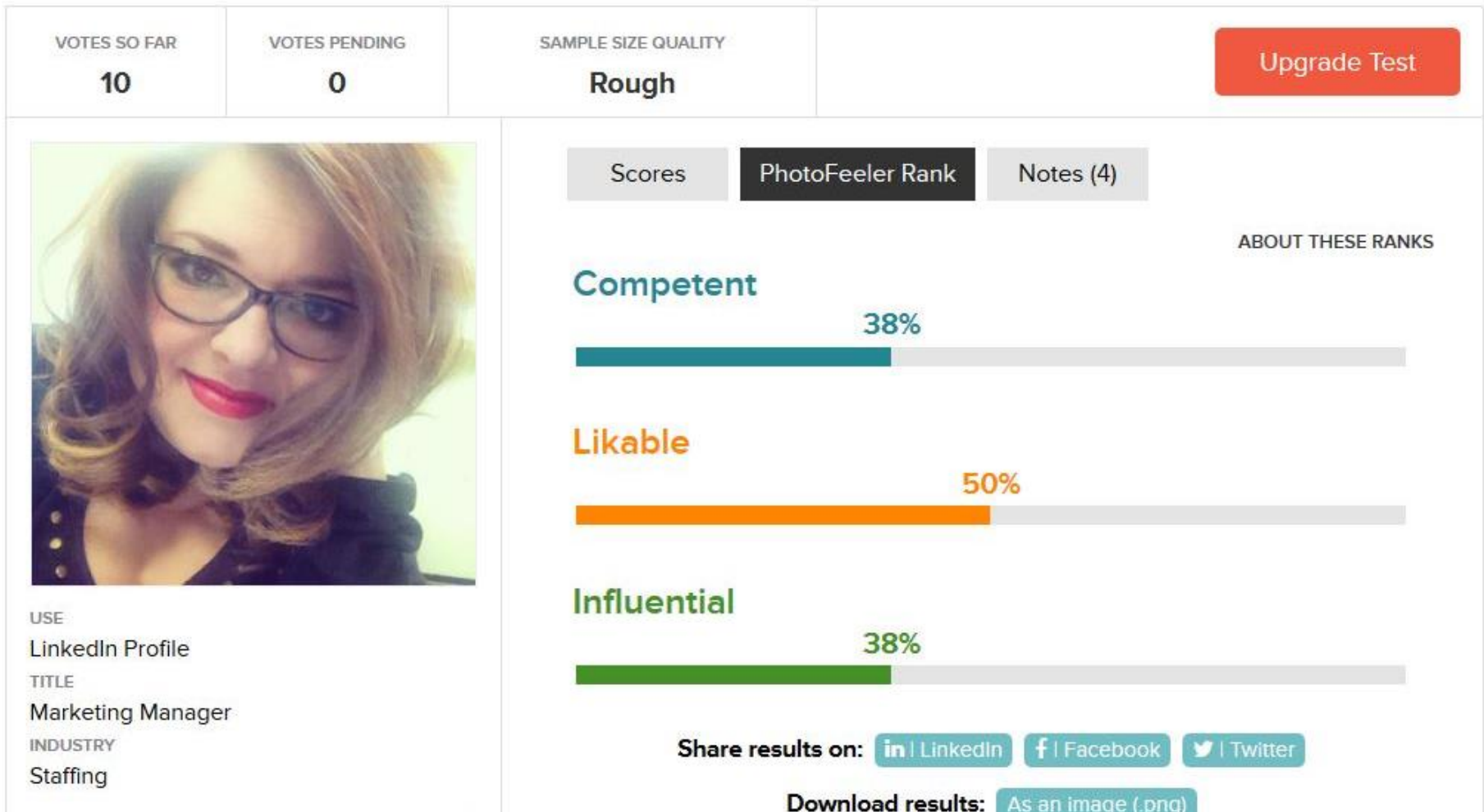
Likable: 24%



Influential: 67%



Delineare i confini



Troppa serietà

VOTES SO FAR

13

VOTES PENDING

7

SAMPLE SIZE QUALITY

Rough

Upgrade Test



USE

Résumé

DELETE

Scores

PhotoFeeler Rank

Notes (...)

ABOUT THESE RANKS

Competent

45%

Likable

23%

Influential

69%

Share results on: [in | LinkedIn](#) [| Twitter](#)

Download results: [As an image \(.png\)](#)

Diversi errori

Title: Mathematician
Specialty: Analytics



Results: **Standard** (50 votes)

Score

PhotoFeeler Rank



Competent
16%

[About These Ranks](#)



Likable

88%



Influential
6%



Coprire gli occhi

BUSINESS



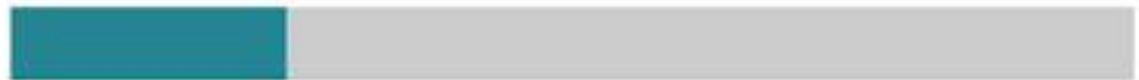
USE
LinkedIn Profile

Ranks

Scores

Notes (1)

Competent: 25%



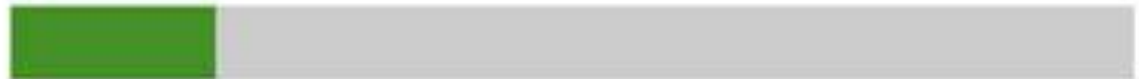
Below Average

Likable: 52%



Average

Influential: 18%



Below Average

Espressioni facciali negative

VOTES SO FAR

80

VOTES PENDING

0

SAMPLE SIZE QUALITY

Very Precise

Upgrade Test



USE

LinkedIn Profile

TITLE

Senior Digital Marketing Manager

SPECIALTY

Digital Marketing/Social Media

DELETE

Scores

PhotoFeeler Rank

Notes (8)

ABOUT THESE RANKS

Competent

47%

Likable

12%

Influential

63%

Share results on:

in | LinkedIn

f | Facebook

tw | Twitter

Download results:

As an image (.png)

Foto piccola

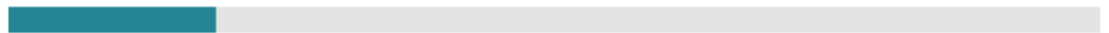


VOTES SO FAR
40

VOTES PENDING
0

SAMPLE SIZE QUALITY
Precise

Competent
19%



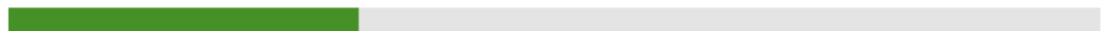
Likable

49%



Influential

32%



Manca di contatto visivo



USE
LinkedIn Profile

Scores

PhotoFeeler Rank

Notes

ABOUT THESE RANKS

Competent

64%

Likable

50%

Influential

50%

Gestualità sconvolgente

photofeeler

My Photos Settings Credits: 40 [Vote on Business Photos](#)

VOTES SO FAR

20

VOTES PENDING

0

SAMPLE SIZE QUALITY

Standard

Upgrade Test



USE
LinkedIn Profile
TITLE

Scores

PhotoFeeler Rank

Notes (3)

ABOUT THESE RANKS

Competent

13%

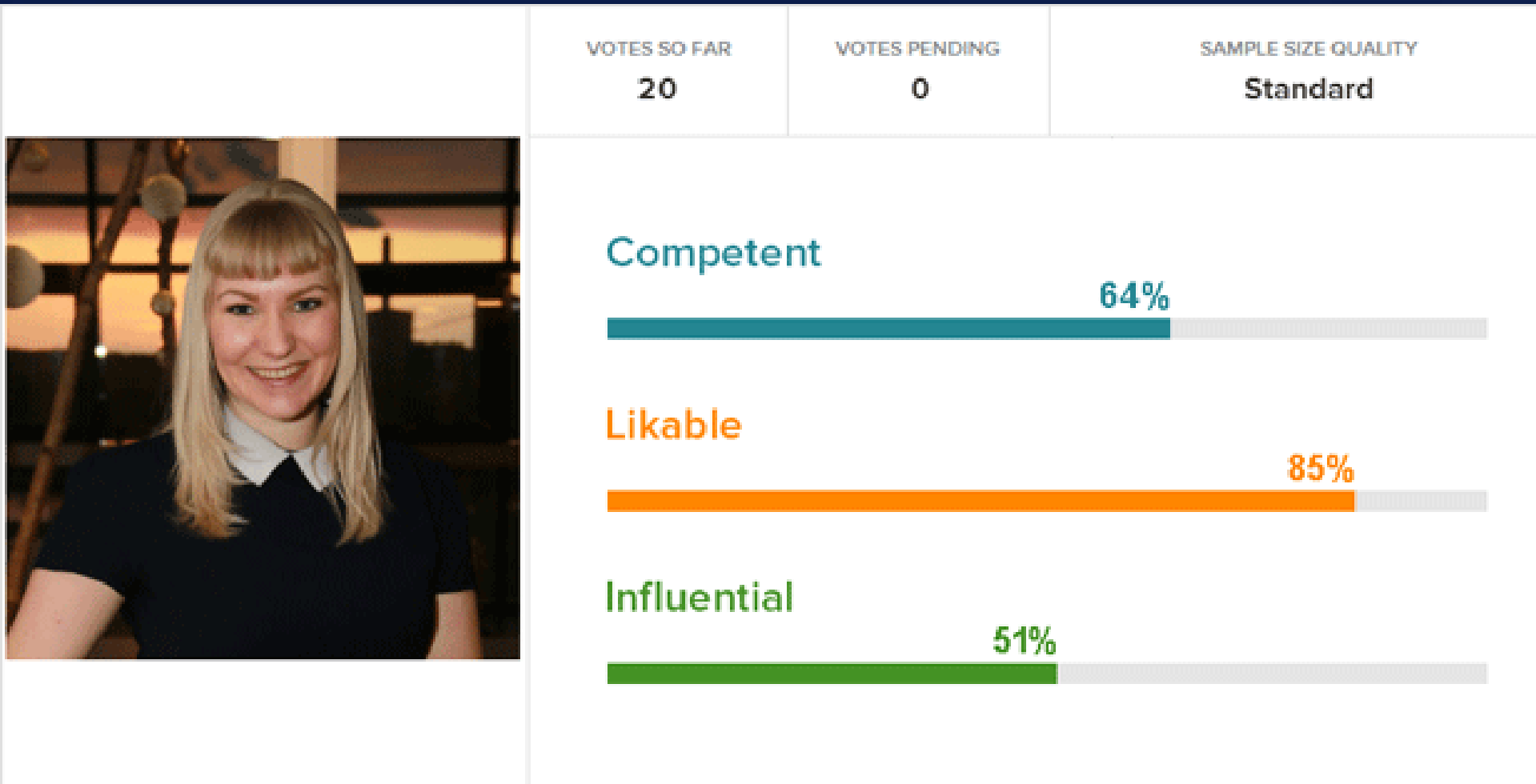
Likable

49%

Influential

32%

Sfondo distraente



Buona foto

VOTES SO FAR

40

VOTES PENDING

0

SAMPLE SIZE QUALITY

Standard

Upgrade Test



USE

LinkedIn Profile

TITLE

HR Information Systems Manager

SPECIALTY

System Setup & Project Mgmt

Scores

PhotoFeeler Rank

Notes (2)

ABOUT THESE RANKS

Competent

99%

Likable

94%

Influential

99%

Challenge your friends! Share your score on:

in | LinkedIn

f | Facebook

tw | Twitter

Suggerimenti

1. Gestire le fonti di illuminazione correttamente
2. Non ostruire lo sguardo
3. Definire la mascella
4. Avere un buon contrasto figura sfondo
5. Non usare sfondi distraenti
6. Usare un primo piano
7. Rivolgere lo sguardo verso l'obiettivo
8. Prova un abito formale
9. Il ruolo degli occhiali
10. Sottoporre più foto al pubblico, ottimizzando sempre di più

Cosa NON fare su Facebook

Linguaggio Tecnico/Formale

Oggi peraltro, sulla spinta dell'utile diretto, del servizio *pret à porter* alla richiesta, di un pragmatismo un po' greve, supportato dalla cultura della valutazione, che impone la sua politica dentro le istituzioni e fuori anche nel sociale, la ricerca e lo studio sembrano aver un po' perso il loro smalto, sembrano troppo stile *horae subsicivae*, per non dire peggio, costume elitario.



Networking Casuale

+ Nuovo messaggio

Azioni

gentile collega

complimenti per le tue iniziative

mi piacerebbe dividerne qualcuna

ma al momento non so ancora proporti una modalità

non appena avrò un'idea ti contatterò e valuteremo insieme la possibilità di realizzarla

se mi darai la tua disponibilità

a presto

04/10/2014 0.26

collega

organizziamo un convegno insieme?

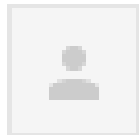
28/10/2014 17.26

Networking Casuale

(nessun oggetto)



Posta in arrivo x



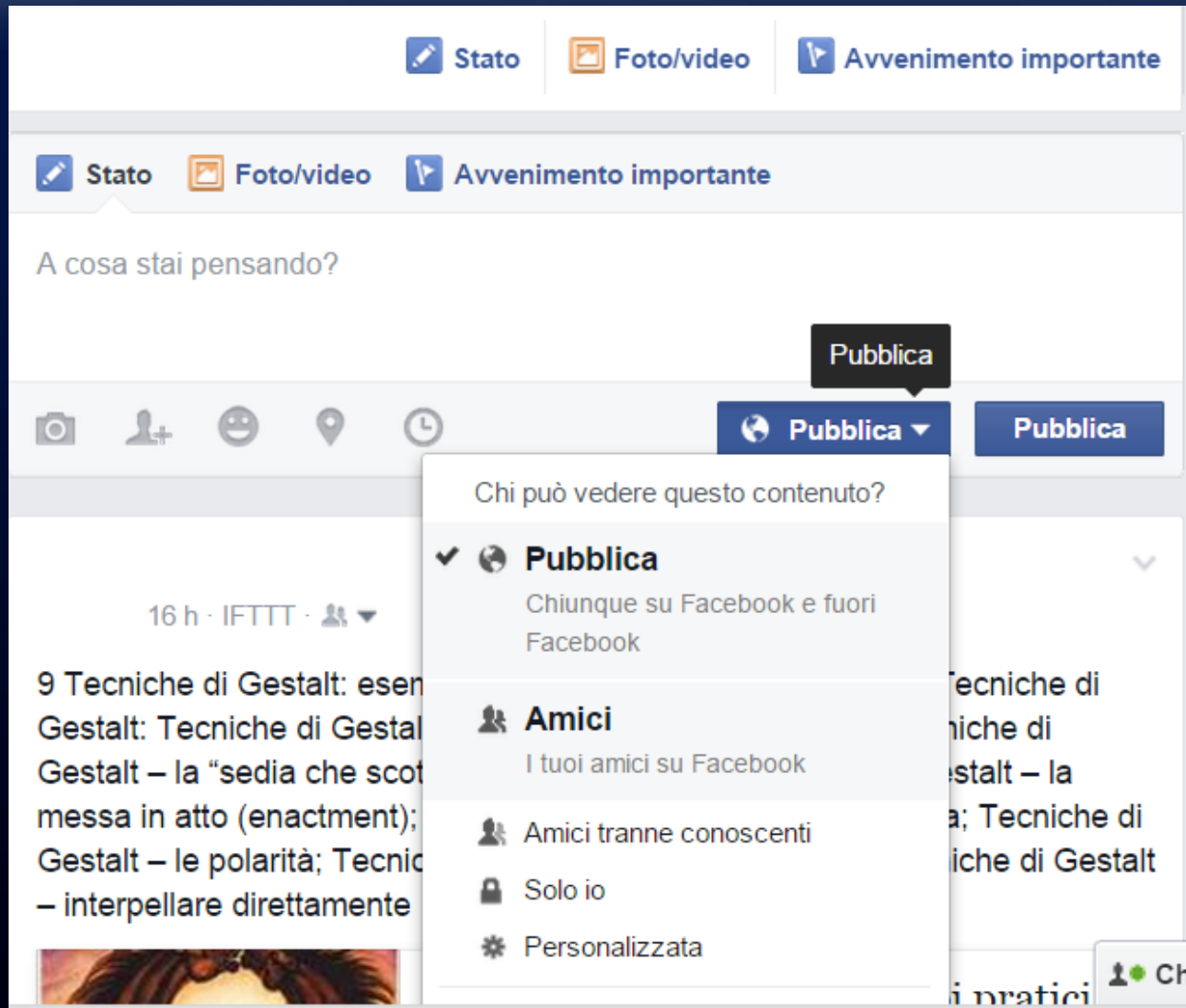
[redacted]@libero.it [redacted]@libero.it>

a me ▾

salve dottr igor

come si fa per diventare una vostra collaboratrice?grazie

Separa privato e professionale



Evitare i Conflitti Ingroup-Outgroup



Argomentazioni o mi piace

- Politici
- Religiosi
- Calcistici
- Regionali/Nazionali
- Apertamente critici



Contraddizioni tra
gruppi

Errori grammaticali

- La fretta
- Gli errori di battitura
- Il T9

Possono produrre errori grammaticali.

Si tratta del modo più rapido per perdere credibilità. Rileggi sempre il tuo post prima di inviarlo.



Un messaggio positivo può perdere credibilità rapidamente

Fare Volantinaggio Online

📱 26/01/2015 17.06

Buongiorno e grazie per l'amicizia. Mi permetto di inviare la mia pagina personale. Sarei onorata se seguisse la mia pagina con un semplice "mi piace". Ringrazio in anticipo.

📱 Inviato dal cellulare

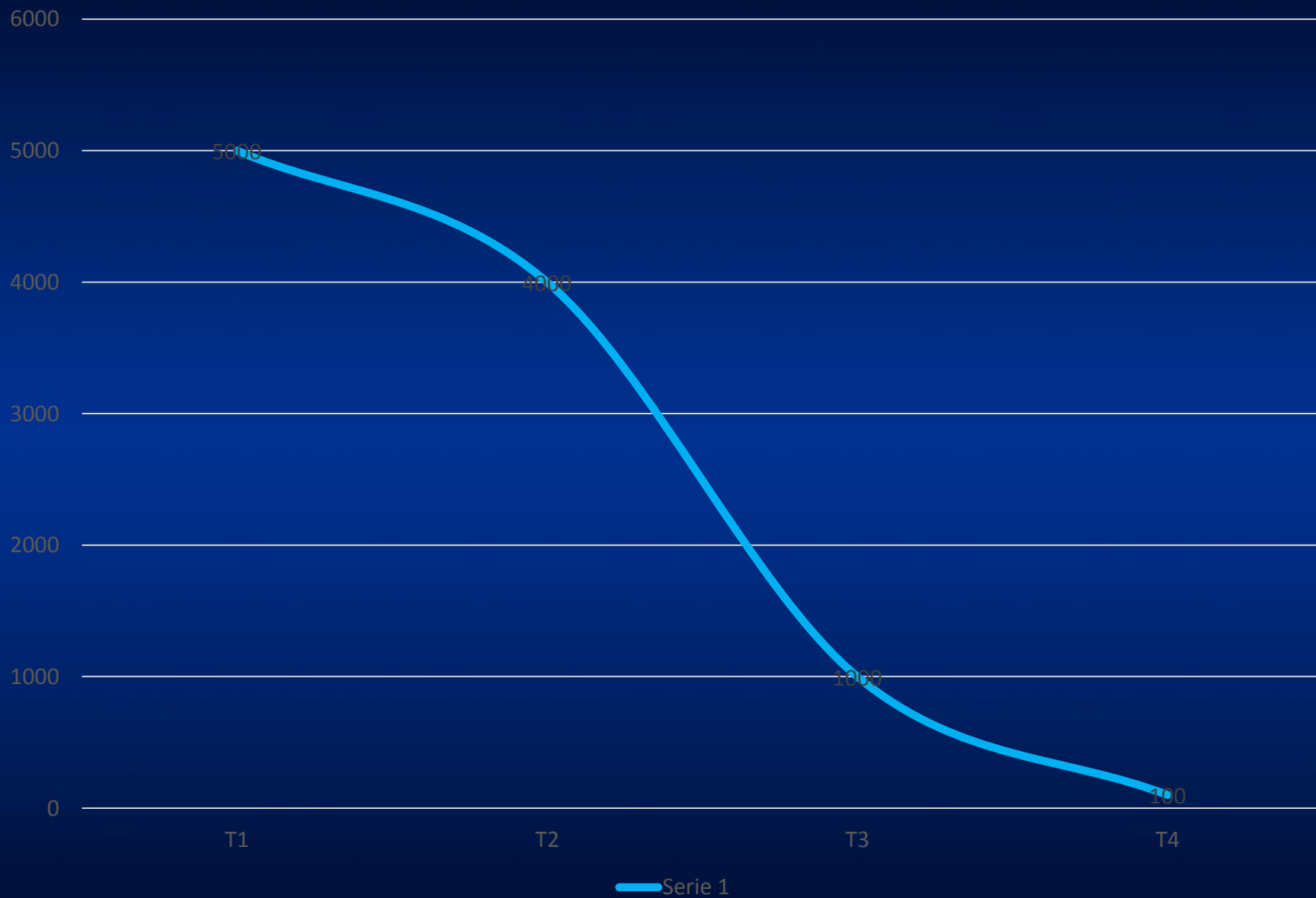
Trasformare l'utente in promotore

- Rendere il messaggio virale significa far sì che l'utente condivida il nostro articolo o metta mi piace sul nostro post al fine da autogenerare nuove visite
- Se dobbiamo impiegare il nostro tempo per contattare una persona alla volta, meglio fare comunicazione telefonica o volantaggio

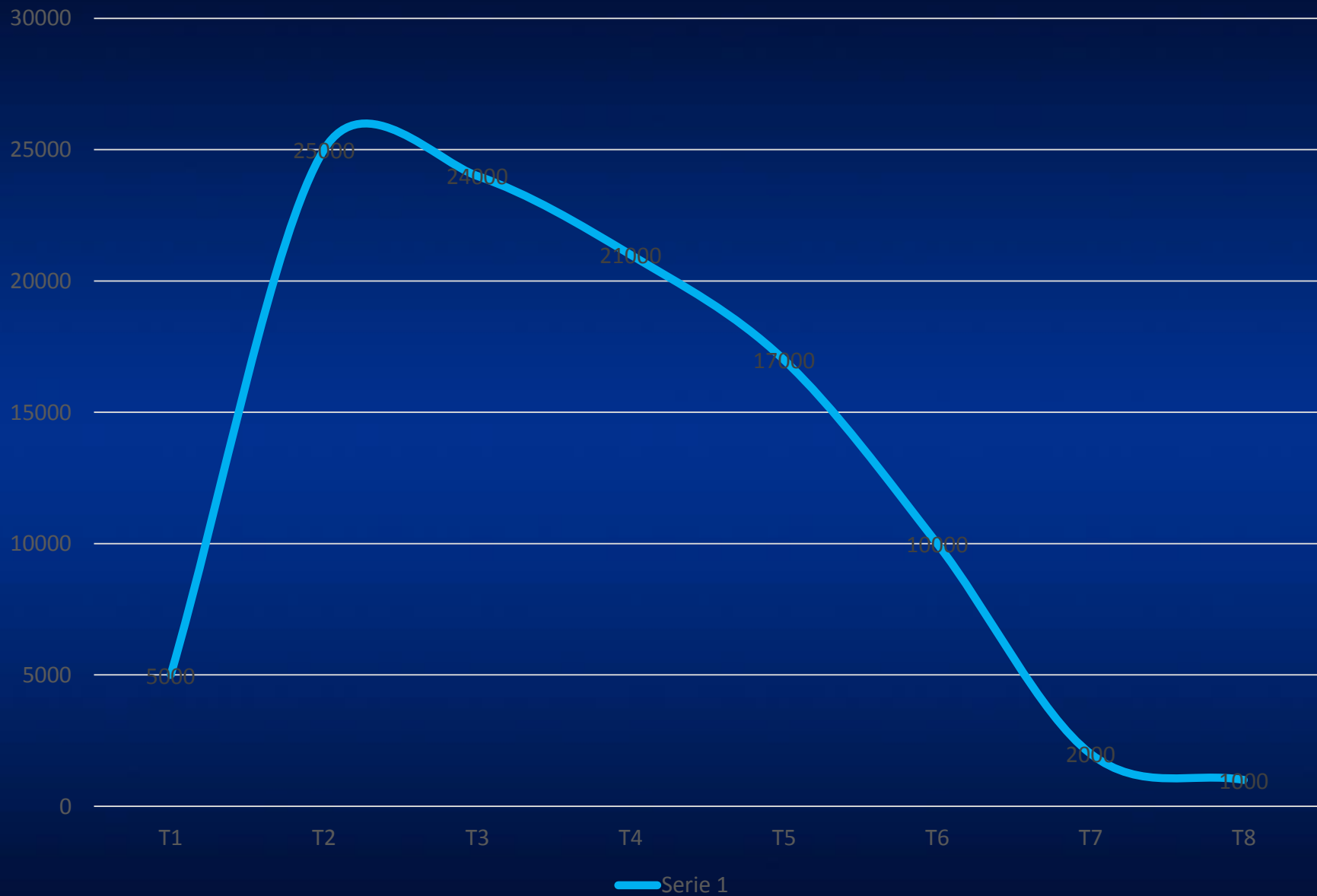


I Motori di Diffusione del Post di Facebook

Esposizione di un Post



Esposizione Virale di un Post



Anatomia di un Post Facebook

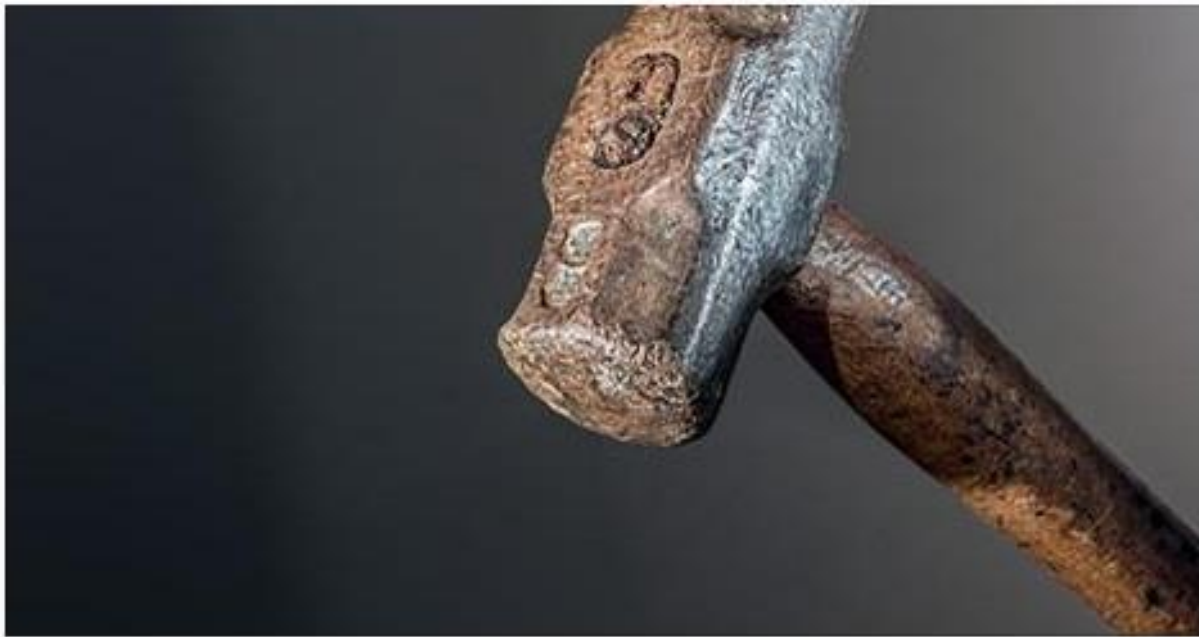




Psicologia

14 ottobre alle ore 12:09 · 🌐

Comunicare male



Le 6 Frasi che Uccidono la Comunicazione |

👍 Mi piace

💬 Commenta

➦ Condividi

Piace a te, Alessio Marrone, Francesco Palma, Sabrina Graziani e altri 86.

Più pertinente ▾

99 condivisioni

**Profile
Reputation
Testo
introduttivo**

**Immagine (600x400
min)**

Titolo del Post

**I Motori di
Diffusione**



Psicologia

1 ottobre alle ore 11:52 - 🌐

Il rapporto madre figlio è la prima cosa che fa di noi ciò che siamo



Trauma Relazionale Precoce: I Pericoli dei Traumi Nascosti | Igor Vitale

Psicologo Bologna

IGORVITALE.ORG



👍 Mi piace

💬 Commenta

➦ Condividi

Piace a te, Francesco Fanfulla, Serena Delogu, Andrea Pini e altri 287.

Più pertinente ▾

132 condivisioni

**Profile
Reputation
Testo
introduttivo**

**Immagine (600x400
min)**

Titolo del Post

**I Motori di
Diffusione**



Psicologia

28 settembre alle ore 16:11 · 🌐

L'elaborazione del lutto secondo Freud



Le Fasi dell'Elaborazione del Lutto secondo Sigmund Freud |

👍 Mi piace

💬 Commenta

➦ Condividi

Piace a te, Igor Vitale, Giuseppe Tirabasso, Carla Panno e altri 368. Più pertinente ▾

194 condivisioni

**Profile
Reputation
Testo
introduttivo**

**Immagine (600x400
min)**

Titolo del Post

**I Motori di
Diffusione**

La Scelta dell'Immagine

- **Requisito 1 – Immagine 600x400 minimo**
- **Requisito 2 – Immagini non protette da copyright**
- **Consiglio – Immagini a colori**
- **Consiglio – Hi-resolution**
- **Consiglio – Curare la leggibilità di un testo**

[Freeimages.com](https://www.freeimages.com)

[Pixabay.com](https://www.pixabay.com)

[Gratisography.com](https://www.gratisography.com)

[Istockphotos.com](https://www.istockphotos.com)

Errore di Contrasto



Quando amiamo, c'illudiamo che
nessuno possa amare come noi.
Quando soffriamo, che nessuno
come noi possa soffrire.
(Roberto Gervaso)

Errore di Formato

Logo

Logo

Corso di Formazione

Titolo specifico dell'argomento del Corso

Obiettivi

Il corso si propone di approfondire il concetto della psicologia dal punto di vista della teoria a, in quanto la teoria a, proprio da un punto di vista epistemologico, si occupa di lavorare su obiettivi ~~chiaro~~ specifici e definiti e non nello specifico di questioni puramente teoriche, ma direttamente applicabili dall'allievo. L'allievo, alla fine del corso, maneggerà con efficacia tutti gli strumenti proposti, sarà in grado di farlo autonomamente, ma soprattutto sarà in grado di insegnare ai propri pazienti come fare a raggiungere determinati obiettivi.

Argomenti del corso

- Argomento A
- Argomento B
- Argomento C
- Argomento D
- Argomento E
- Argomento F
- Argomento G

Docenti

- Tizio
- Caio
- Sempronio
- Giulio Cesare
- Giuseppe Garibaldi
- Alessandro Magno

Monte ore

16 ore in aula e 32 ore di esercizio

Contattaci per maggiori info tizio@caio.it

Come disporre gli stimoli in un'immagine promozionale



**Immagine min
600x400**

Come Usare La Mente per Cambiare

Roma, 20-21-22 Novembre 2019

Dr. Tizio Caio - per partecipare: tizio@caio.it

**Titolo grande (1-6
parole)**

**Tempi/luoghi
Professionista,
contatti**

**Ogni altro stimolo impegna il carico cognitivo e riduce nettamente le probabilità
di clic**

Non so utilizzare i programmi di grafica, come posso fare?

Canva

Piktograph

Share as
Image

Pic
Monkey

Quozio

Pablo by
Buffer

La Gestione dei Feedback

- Gli utenti scrivono su Facebook di tutto. È sempre consigliabile rispondere ai dubbi degli utenti e a tutti i feedback (positivi e negativi).
- Tutte le obiezioni vanno gestite (anche quelle senza



La Gestione delle Richieste di Aiuto

Facebook, metaforicamente, è un bar, una piazza. L'utente è poco impegnato, tenderà a dare feedback gratuiti e a chiedere consigli e consulenze, che bisogna gestire correttamente.

Vorrei fissare
un
appuntamento

Volevo solo un
consiglio

Autodiagnosi

Autodiagnosi
di terzi

Richiesta di
diagnosi online

Vorrei parlarne
in chat

La Gestione delle Richieste di Aiuto



Azioni di Monitoraggio



Grazie!