

SOCIAL MEDIA POLICY DI UNIDEA ASSICURAZIONI

documento riservato all'uso interno, aggiornato al gennaio 2021

Abbiamo sviluppato queste linee guida sui social media per aiutare i nostri collaboratori a essere in grado di prendere parte alla nuova frontiera del marketing e della comunicazione, a rappresentare l'azienda e a condividere lo spirito positivo del brand.

I nostri valori sono leadership, professionalità, crescita.

Focus delle pagine social

Argomentiamo, descriviamo e divulghiamo i servizi e i prodotti assicurativi e il brand Unidea Assicurazioni, oltre alle tematiche intorno alle quali ruota il mondo assicurativo. Utilizziamo i social media con finalità istituzionali e quindi anche agevolando una relazione più diretta e una maggiore partecipazione dei clienti e degli utenti.

Quali social utilizza Unidea Assicurazioni

Facebook, Instagram, LinkedIn e -marginalmente- YouTube. Li trovate come:



[@UnideaAssicurazioni](#)



[Unidea Assicurazioni](#)



[unideaassicurazioni](#)



[Unidea Assicurazioni](#)

Perché una Social Media Policy

Una Social Media Policy rappresenta una regola di comportamento che è tenuto ad adottare chiunque scriva in riferimento all'azienda.

Significa quindi che, anche quando scriviamo sui nostri profili/pagine personali citando l'azienda, il pensiero ricade positivamente o negativamente anche su di essa.

Cosa fare e cosa non fare

1. tutti sono tenuti a seguire le pagine social aziendali, divulgarne i contenuti e condividere/mettere mi piace/creare movimento intorno ai post.
2. non si può aprire pagine social di filiali locali, se non espressamente concordato con la direzione.
3. qualora i collaboratori/manager di Unidea Assicurazioni desiderino fare attività di recruiting, ovvero di ricerca di nuovi collaboratori attraverso i canali social personali, devono contattare la direzione marketing. L'azienda fornirà le immagini brandizzate con il logo e i contenuti corretti da utilizzare. Infatti, il messaggio deve essere univoco per tutti e

concordato con l'azienda, sia per soddisfare le regole di gestione in tema di privacy che per non creare confusione nell'utenza.

Infine, occorre comunque tener conto che l'azienda investe costantemente nella ricerca di nuove figure lavorative, con e senza esperienza, da affiancare alla rete esistente.

4. se un collaboratore/manager ha la necessità di comunicare eventi/informazioni che riguardano la propria filiale attraverso i canali social aziendali è sempre possibile, prendendo accordi con la direzione marketing.

Cosa dire e cosa non dire

Quando divulghiamo il nostro pensiero sui nostri canali social personali associandolo al brand di Unidea Assicurazioni, tenere conto che:

1. sono assolutamente da evitare le incitazioni all'odio, alla violenza, alla corruzione e in generale a ogni forma di illecito o violazione della legge/norme.
2. non divulgare informazioni sensibili che riguardino i clienti, i collaboratori interni ed esterni, se non espressamente approvate dagli stessi.
3. è opportuno evitare riferimenti politici.
4. i contenuti devono sempre rispettare la privacy delle persone.
5. tenere conto che ciò che si scrive sui social media ha conseguenza sulla vita reale.
6. quando postiamo sui profili personali riflettiamo se il contenuto e la foto possono in qualche modo danneggiare l'azienda per cui lavoro.

Nota importante

Oltre ai social, l'azienda comunica con i collaboratori attraverso newsletter e sms/whatsapp: tutti sono tenuti a leggere qualunque comunicazione ricevuta.

Referente marketing e comunicazione social

Michele Agosti

cell. 3337918200

agosti.michele@libero.it