

WNF – Guida della WNF per i social media 2022

Ringraziamenti

La Guida per i Social Media della WNF è stata compilata sulla base di una revisione di un consulente per i media e con il consulto del Comitato per le Comunicazioni della WNF.

Questo comitato per le comunicazioni della WNF è presieduto dalla dott.ssa Iva Lloyd, medico naturopata (Canada), presidente della WNF con il supporto significativo di Tina Hausser, Heilpraktiker, naturopata (Spagna), che è stata l'ex presidente del Comitato per le Comunicazioni della WNF, insieme al contributo dai seguenti membri del comitato:

Tina Hausser, Heilpraktiker, Naturopata,
Spagna
Erika Brajnik, SNA, Slovenia
Natalie Cook, Australia, NHAA
Cecilia Fontana, Uruguay, ANTHU
Dr. Griffin McMath, ND AANP, INM, USA

Shawn O'Reilly, CAND, Canada
Shavit Sachs, Sudafrica, SANA
Aliyyaa Spring-Charles, Regno Unito, GRCN
Dott.ssa Claire Watson, ND, CAND Canada

Questo documento è stato esaminato e approvato dal Comitato per le Comunicazioni della WNF ed è stato approvato dall'Esecutivo della WNF nel settembre 2022.

© World Naturopathic Federation Settembre 2022

Tutti i diritti riservati. Le pubblicazioni della World Naturopathic Federation (WNF) possono essere ottenute dal loro sito Web all'indirizzo www.worldnaturopathicfederation.org. Le richieste di autorizzazione per riprodurre o tradurre pubblicazioni WNF, sia per la vendita che per la distribuzione non commerciale, devono essere indirizzate a info@worldnaturopathicfederation.org

Tutte le ragionevoli precauzioni sono state adottate dalla WNF per verificare le informazioni contenute in questo rapporto. Tuttavia, il materiale pubblicato viene distribuito senza garanzie di alcun tipo, espresse o implicite. La responsabilità dell'interpretazione e dell'uso del materiale è del lettore. In nessun caso WNF sarà responsabile per danni derivanti dal suo utilizzo.

Stampato in Canada.

Sommario

Intenzione della guida per i social media WNF	3
Obiettivo delle linee guida della WNF per i social media	3
Considerazioni della NF sui social media	3
Migliori pratiche sui social media	3
Aggiungere valore	4
Considerare il pubblico	4
Stile di scrittura	4
Monitoraggio e risposta a commenti e domande	4
Coordinamento	5
Valuta	5
Panoramica dei canali social della WNF	5
Frequenza delle comunicazioni	6
Focus delle comunicazioni WNF	6
Raccomandazioni generali per i social media	7
Quali account è meglio seguire	7
Creazione di contenuti e coinvolgimento della comunità	7
Commenti e messaggi	8
Hashtag e tag	8
Hashtag comuni	8
Password e sicurezza dell'account	9
Creazione di password	9
Come memorizzare le password	9

I social media creano nuove dinamiche opportunità per la *World Naturopathic Federation (WNF)*, consentendo l'interattività diretta e in tempo reale con il pubblico della WNF su tutte le piattaforme. I social media consentono alle persone e alle organizzazioni di pubblicare rapidamente e facilmente il proprio materiale, commentare e/o interagire con gli altri.

La WNF segue attualmente i profili di 150 membri della WNF con una media di 120.000 contatti all'anno. Se hai una pagina Facebook, un account Twitter, un account Instagram o una pagina LinkedIn che non è ancora seguita dal WNF, faccelo sapere scrivendo a info@worldnaturopathicfederation.org.

Queste le linee guida sono state create per la *World Naturopathic Federation (WNF)*, le sue organizzazioni membri e il personale responsabile della pubblicazione di contenuti sulle piattaforme di social media per la comunicazione relativa all'organizzazione. *Ai fini di queste linee guida. Il termine "personale" comprende tutto il personale organizzativo, i volontari, i consulenti, i liberi professionisti, i ricercatori e gli stagisti.*

Intenzione della guida per i social media della WNF

- Promuovere la professione naturopatica a livello globale.
- Diffondere informazioni e risorse della WNF.
- Condividere le storie di successo dei membri della WNF e dei principali professionisti e ricercatori naturopati.
- Promuovere ed evidenziare conferenze ed eventi chiave dei nostri membri.

Obiettivo delle linee guida della WNF per i social media

- Fornire un quadro per utilizzare gli strumenti dei social media in modo efficace e in linea con le attività e le politiche della WNF.
- Proteggere l'organizzazione della WNF, il campo della naturopatia/medicina naturopatica e le sue organizzazioni membri da false dichiarazioni sui social media.
- Proteggere la privacy di individui come funzionari, personale e altri colleghi raffigurati nei materiali per social media.
- Stabilire una serie generale di idee da considerare quando si utilizzano i social media per le nostre comunicazioni organizzative e di sensibilizzazione, compresa la delineazione di potenziali rischi e sfide.

Considerazioni della WNF sui social media

- La WNF è un'organizzazione internazionale multilingue. Pubblichiamo in inglese, ma condividiamo i post in qualsiasi lingua dei nostri membri.
- La WNF segue i membri e gli sponsor della WNF e le principali organizzazioni internazionali.
- La WNF promuove conferenze ed eventi dei nostri membri/sponsor. L'evento deve essere aperto a più Paesi per poterlo ripubblicare.
- La WNF è apolitica e non ripubblica nulla di negativo o dispregiativo nei confronti di alcun governo o individuo. Incoraggiamo le organizzazioni membre della WNF a fare lo stesso.

- La WNF non si concentra sui trattamenti per condizioni specifiche, salvo condividere un nuovo studio di ricerca naturopatica che è stato pubblicato.

Migliori pratiche sui social media

Incoraggiamo i membri della WNF ad avere obiettivi e scopi chiari, con politiche di approvazione dei contenuti appropriate in atto per tutti gli account dei social media. Impegnarsi in attività sui social media è un investimento significativo di risorse e dovrebbe essere messa in atto una pianificazione adeguata per garantire il massimo ritorno rispetto alle risorse spese.

Il personale responsabile dei contenuti postati sui social media può essere fruitore attivo dello strumento per comprendere meglio le regole e il galateo del mezzo di comunicazione. Tuttavia, se non ha esperienza sui social media, il personale può comunque informarsi attraverso l'elenco delle risorse collegate di seguito.

Questo, insieme a un solido giudizio editoriale e politico, aiuterà ad evitare errori inutili che potrebbero causare danni.

- [Corso di gestione dei social media](#)
- [Introduzione alla strategia dei social media](#)
- [Social Media Monitor ing](#)
- [Social Med è un'etica/ Etica dei Social Media](#)
- [Social media e organizzazioni internazionali](#)

Aggiungere valore

La partecipazione della WNF sulle piattaforme dei social media offre una prospettiva sulla naturopatia/medicina naturopatica globale. Le organizzazioni membre sono incoraggiate a seguire i post della WNF e includere contenuti aggiuntivi, mettendo in evidenza la naturopatia/medicina naturopatica dal loro punto di vista organizzativo.

Considerare il pubblico

È utile pubblicare contenuti esplicativi che aiutino ad aggiungere valore al contenuto condiviso. Poiché la naturopatia non è sempre un'area pienamente compresa della medicina e della pratica sanitaria, sarebbe di grande aiuto fornire contenuti che la rendano più facile da capire. *Le domande frequenti (FAQ)* sono un'ottima idea per i contenuti e non richiedono molto lavoro.

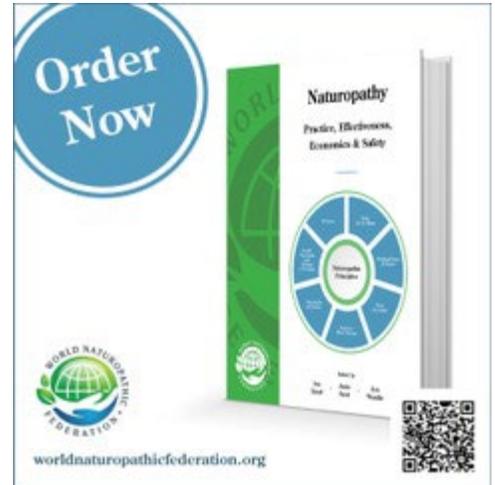
Stile di scrittura

Tutte le organizzazioni, indipendentemente dalla regione, possono utilizzare una voce coerente utilizzando contenuti coinvolgenti, accessibili, professionali e tempestivi, tenendo presente che molti accedono ai contenuti dei social media sui dispositivi mobili.

I materiali di comunicazione già approvati/pubblicati possono costituire la base per utili post sui social media e spesso limitano la necessità di richiedere l'approvazione dei contenuti. Quando possibile, inserire un link alla fonte originale anziché copiare interi documenti/testo sulle piattaforme dei social media.

Si consiglia vivamente alle organizzazioni di revisionare tutti i contenuti prima di pubblicare e assicurarsi che tutti i collegamenti siano attivi. I link nei post di Instagram non sono accessibili e non possono essere cliccati, quindi evitare di usare delle didascalie per i link. Invece, usare strumenti come [linkin.bio](#) o [linktr.ee](#) per consolidare tutti i link rilevanti in un link che può essere inserito nella tua biografia.

Creare un codice QR che esegua la scansione del collegamento/sito Web pertinente al Messaggio; questo [sito](#) offre la creazione gratuita di codici QR. Ad esempio, guarda l'immagine con il codice QR che porta alla pagina HTA.



Monitoraggio e risposta a commenti e domande

Quando possibile, rispondere a domande autentiche con collegamenti a informazioni utili, che possono trovarsi sul sito Web della tua organizzazione. Non è necessario rispondere direttamente a ogni domanda o commento, soprattutto se il commento è dannoso o non vantaggioso.

Di solito è inefficace rivolgere domande o commenti ipotetici che sono degradanti, beffardi, sproloqui e incitamenti alla rabbia. Rimuovere commenti osceni, diffamatori, profani, diffamatori, minacciosi, molesti, offensivi, odiosi o imbarazzanti per qualsiasi persona o entità. La WNF è molto rigorosa sull'uso professionale dei suoi social media e ha limitato tutto il seguito sui nostri social media alle organizzazioni membre; prendiamo molto sul serio i commenti e incoraggiamo tutte le organizzazioni membre a monitorare da vicino il coinvolgimento sui social media.

La discrezione può essere utilizzata quando si decide di eliminare contenuti inappropriati o inaccettabili. Consentire il contenuto generato dagli utenti che potrebbe essere fuori tema o critico, ma non offensivo. Un disclaimer può essere utile per descrivere l'eliminazione e altre politiche di pubblicazione; questo può e dovrebbe essere evidenziato sul sito web. Commenti o tendenze degne di nota possono essere condivisi con i funzionari e/o inoltrati al personale incaricato della supervisione dei social media.

Se ti imbatti in una rappresentazione ingannevole del lavoro della WNF o della tua organizzazione, correggila con informazioni fattuali e, quando possibile, un collegamento a informazioni aggiuntive.

Coordinazione

Il coordinamento nella tua organizzazione e in tutta la WNF sarà essenziale per un'efficace pianificazione dei contenuti. Se hai in programma un evento o una conferenza speciale, informa la WNF in modo da poter condividere i tuoi contenuti sui nostri social media.

Valutare

Un profilo o un gruppo lasciato inattivo troppo a lungo e diventato obsoleto può dare l'impressione di apatia o mancanza di professionalità. Gli account che non ricevono più attenzione regolare possono essere disattivati per evitare confusione. Tutti i social media che non sono più in uso dovrebbero essere prontamente eliminati. Se l'eliminazione si rivela difficile, si prega di consultare le relative politiche sui social media della piattaforma in questione.

Panoramica del canale dei social media WNF s

I canali dei social media organizzativi della WNF sono Twitter, Facebook, LinkedIn e Instagram per un pubblico globale.

Twitter

Twitter offre versioni ridotte dei nostri contenuti e messaggi. Twitter è anche essenziale per la nostra strategia di comunicazione poiché molti governi, ONG internazionali, ricercatori ed esperti nel campo della naturopatia/medicina naturopatica sono più attivi su Twitter.

Facebook e LinkedIn

Ottima piattaforma per condividere gli aggiornamenti dei membri, gli aggiornamenti critici e gli aggiornamenti nel settore più ampio.

Instagram

Instagram è una piattaforma ideale per le storie di interesse personale. I link nelle didascalie non possono essere cliccati su Instagram ed è meglio evitarli. Limita gli hashtag a 2 o 3 hashtag specifici per argomento su questa piattaforma.

I tipi di post che puoi aspettarti dalla WNF sulle diverse piattaforme di social media includono:

- **Twitter** : pubblicazione di nuovi membri, aggiornamenti di Live Review, notizie in evidenza sulla naturopatia, post sulla salute ambientale.
- **Facebook** – pubblicazione dei corsi di naturopatia dei membri del WNF
- **LinkedIn** – pubblicazione di ricerche naturopatiche, come utilizzare le pubblicazioni e le iniziative HTA, WNF
- **Instagram** : pubblicazione di contenuti da conferenze naturopatiche, reels/video naturopatici pertinenti

Freuenza delle comunicazioni

La cadenza della pubblicazione è altamente soggettiva e dovrebbe essere basata sull'attuale capacità dell'organizzazione di investire nei social media.

- LinkedIn – 1-3 volte a settimana
- Twitter – 2-5 volte a settimana, ma durante eventi naturopatici chiave, è opportuno pubblicare più volte al giorno, ma si prega di consentire almeno 1 ora tra i tweet.
- 1-3 volte a settimana su Facebook, compresi i fine settimana
- 1-3 volte a settimana su Instagram, compresi i fine settimana

Tuttavia, tieni presente che la WNF incoraggia a scegliere la qualità rispetto alla quantità dei contenuti. Se non hai molti aggiornamenti, attieniti ai pochi che hai invece di cercare di trovare più contenuti di riempimento per raggiungere la frequenza consigliata delle comunicazioni.

Si prega di non pubblicare se non hai nulla di rilevante da pubblicare. È essenziale che la WNF , e tutti i membri della federazione, aderiscano alla missione in questione e promuovano adeguatamente il campo della naturopatia/medicina naturopatica .

Focus delle comunicazioni WNF

Di seguito viene fornita una panoramica degli argomenti su cui il WNF si concentrerà nei suoi social media:

- Ripubblicazione di eventi e risultati dei membri della WNF e degli sponsor
- Valutazione della tecnologia sanitaria sulla naturopatia: Valutazione [della tecnologia sanitaria – Naturopatia - WNF \(worldnaturopathicfederation.org \)](#)
- [Messaggi chiave WNF](#) : <https://worldnaturopathicfederation.org/wp-content/uploads/2022/05/Naturopathic-Key-Messages.pdf>
- Rassegna dal vivo sui prodotti per la salute naturale oggetto di ricerca rispetto alla pandemia: [Ri vesione dal vivo dei prodotti naturali per la salute \(NHP\) ricercati rispetto alla pandemia COVID - World Naturopathic Federation](#)
- White paper appena rilasciati: Malattie non trasmissibili (NCD), Salute mentale, Ipertensione, Diabete, disponibili in diverse lingue: [Pubblicazioni e rapporti WNF - World Naturopathic Federation](#)
- WNF Inquinanti ambientali Sito web: [HOME | ET \(wnf-environmental.org\)](#)
- WNF Resistenza antimicrobica Sito web: [HOME | AMR \(wnf-amr.org\)](#)
- Sanità tradizionale, complementare e integrativa: [Dichiarazione sulla salute TCI - Dichiarazione dei popoli per l'assistenza sanitaria tradizionale, complementare e integrativa](#)
- Annuncio di nuovi membri e sponsor WNF
- Sostenitori WNF: Sostenitori [WNF - World Naturopathic Federation](#)
- Naturopathic Spotlight/Notizie in evidenza sulla naturopatia (evidenziando i principali naturopati/medici naturopati nella professione che stanno dando un contributo significativo. Video preferiti.)
- Ricerca naturopatica (Evidenziando le pubblicazioni chiave della ricerca naturopatica, specialmente quando si concentrano su cure naturopatiche e argomenti di formazione professionale)
- Richiesta di partecipazione a progetti di ricerca naturopatica.
- Assemblea Generale WNF e altri eventi WNF
- Aggiornamenti su libri in ambito naturopatico

Raccomandazioni generali sui social media

È essenziale mantenere la coerenza nel modo in cui si appare e si mantiene gli account sui social media. La coerenza rafforza i nostri sforzi per costruire una professione riconoscibile.

- L'uso dei social media è uno strumento delle strategie di comunicazione che aiutano a diffondere messaggi coerenti, tempestivi e coerenti per le organizzazioni.
- La messaggistica e l'accuratezza sono importanti sulle piattaforme dei social media come in altri materiali informativi pubblici.
- La pubblicazione su piattaforme di social media richiede un buon giudizio editoriale con la dovuta attenzione ai contenuti, alle priorità organizzative e agli obiettivi.
- È bene avere un marchio visivo coerente sui canali dei social media della tua organizzazione per aiutare a stabilire la presenza ufficiale della tua organizzazione, creando un'atmosfera unificata.
- Sii coerente nei nomi degli account nei social network, poiché aiuta a rafforzare la solidarietà della WNF e dei suoi membri.
- Mantieni gli account aggiornati: assicurati che la descrizione dell'organizzazione e le informazioni di contatto siano corrette.
- Controlla regolarmente commenti e messaggi. Interagisci con commenti pertinenti e rispondi alle domande.
- Assicurati che non ci siano diritti d'autore sulle immagini utilizzate.

Quali account è meglio seguire?

Seguire profili pertinenti può aiutare a rafforzare la relazione con i partner organizzativi e a impegnarsi con potenziali sostenitori della causa e leader di pensiero. Alcuni suggerimenti sono:

- La WNF
- Altre organizzazioni affiliate alla WNF: se sei un'organizzazione naturopatica, sarebbe l'ideale seguire altre organizzazioni naturopatiche; allo stesso modo, se sei un'istituzione educativa naturopatica, segui le altre istituzioni educative naturopatiche.
- L'OMS, in particolare l'ufficio regionale dell'OMS per la tua zona.
- Organizzazioni chiave con cui stai cercando di costruire alleanze: istituti di ricerca pertinenti, altre organizzazioni di assistenza sanitaria tradizionale, complementare e integrativa (TCIH) nella tua zona e gruppi di difesa dei pazienti che supportano il TCIH.
- Centri di ricerca /siti web TCIH .

Prima di seguire o interagire con un account, controlla l'handle per assicurarti che sia un account legittimo e attivo, non un imitatore o falso. I badge di verifica blu mostrano che gli account sono ufficiali. Puoi anche visitare il sito Web dell'organizzazione e vedere i loro account elencati.

Se l'account non è verificato, eseguire la due diligence e controllare accuratamente il sito Web per confermare tutte le informazioni necessarie prima di procedere.

contenuti e coinvolgimento della comunità

I social media offrono un'opportunità unica per connettersi con i nostri follower e creare comunità interessate al lavoro della professione naturopatica globale. Vogliamo fornire contenuti freschi e pertinenti e interagire con i nostri follower.

Commenti e messaggi

- Controlla commenti e messaggi ogni giorno.
- Elimina la promozione non richiesta di prodotti e servizi.
- Elimina i commenti duplicati (lasciane solo uno).
- Quando ricevi un commento positivo, metti mi piace. *Mantieni la semplicità ed evita i commenti di autocelebrazione.*
- Sii premuroso se un lettore mette in dubbio o critica il tuo lavoro o un post sui social media o lascia un commento ostile o aggressivo. Non impegnarti in un post controverso che può portare ad un'escalation negativa .
- Non partecipare a dibattiti politici. La WNF è un'entità strettamente apolitica.
- Ritwitta, ripubblica e condividi contenuti da fonti ufficiali (altri membri WNF, nostri Partner, OMS).
- Ritwitta i contenuti quando aggiungono valore al tuo feed. Potrebbe essere un'approvazione da parte di un influencer, una copertura giornalistica del nostro lavoro o un'opinione condivisa da un membro della WNF.
- Ritwitta per costruire relazioni con influencer esperti nel campo della naturopatia/medicina naturopatica
- Metti Mi piace ai post che sono rilevanti ma non devono essere ritwittati, ad esempio se c'è un annuncio e lo hai già fatto nel tuo account, puoi mettere Mi piace ai tweet di altri account che hanno condiviso le stesse notizie.
- Evita i paragrafi lunghi. Suddividi le informazioni in più paragrafi affinché possano essere lette più facilmente.

Hashtag e tag

- Gli hashtag sono uno strumento per condividere e connettersi con gli altri su un argomento.
- Gli hashtag funzionano in modo diverso sui social network:
 - LinkedIn e Twitter, è consuetudine utilizzare hashtag legati all'argomento di conversazione.
 - Instagram, è sia l'argomento che la descrizione delle foto.
 - Facebook, gli hashtag non sembrano aggiungere molto valore, ma non fa male usare hashtag pertinenti all'argomento del tuo post.
- Tagga partner, donatori e altri account rilevanti sulle foto e nei post. Tuttavia, su Twitter, consigliamo di non utilizzare più di due o tre tag in un tweet.
- Se per raggiungere una comunità naturopatica più ampia, si desidera che la WNF riposti i contenuti della propria organizzazione, assicurarsi di taggare la WNF con @WorldNaturopathicFederation (per Twitter, usare @wnf_info)

Hashtag WNF comuni

Ogni organizzazione ha i suoi hashtag unici. Ecco alcuni di quelli comunemente usati dalla WNF:

- # naturopata
- # wnf
- # ricercanaturopatica
- # HTANaturauropatia
- # operatorinaturopatici
- # WNFAMR
- # Salute ambientale
- # TCIH
- # principinaturopatici
- # NHP
- # centrato sul paziente
- # dell'organizzazione o istituto di istruzione

Password e sicurezza dell'account

La protezione tramite password è essenziale per l'integrità di un'organizzazione. Ti invitiamo a utilizzare protocolli rigorosi per proteggere le risorse digitali. Ricorda che il tuo contributo adeguato in quest'area aiuterà nella promozione adeguata della naturopatia/medicina naturopatica a livello globale.

Per proteggere la tua organizzazione e la sua privacy dei dati, crea password sicure e un sistema che le mantenga al sicuro.

Creazione di password

Crea sempre password sicure per il web. Usa ! # @ \$ % ' : e altri simboli insieme a numeri e caratteri alfabetici maiuscoli e minuscoli. Non utilizzare mai una password semplice come "WNF1".

Come memorizzare le password

- È essenziale archiviare le password in modo sicuro. L'accesso non autorizzato può comportare la perdita di dati preziosi e informazioni personali, che può compromettere la tua organizzazione
- Archivia tutti i nomi utente, indirizzi e-mail e password critici per gli account dei social media dell'organizzazione in un archivio con una password affidabile, ad esempio su una tabella di Excel in SharePoint accessibile ai tuoi collaboratori che hanno accesso alle password/alla frequenza con la quale le password possono essere modificate
- Modifica le password quando un membro del team che ha accesso all'account lascia il team.
- Cambia le password almeno una volta all'anno, anche se il team non è cambiato.