

Elementi di Knowledge management

Da dove attingere per creare contenuti partendo dalla conoscenza

Dott.ssa Clara Ragazzini

1. Creazione e conservazione dei contenuti:

- Creare un archivio organizzato di risorse come guide, report, case study, trend analysis, dati analitici. (interni ed esterni all'azienda)
- Utilizzare ad esempio Google alert per rimanere aggiornato sui contenuti nuovi
- Archiviare contenuti passati attraverso anche semplici tabelle di Excel (fare un esempio)
- Seguire Hashtag nei vari social

2. Condivisione e collaborazione:

- Incoraggiare la condivisione di conoscenze attraverso forum interni, wiki aziendali e piattaforme collaborative.
- Organizzare sessioni di brainstorming e knowledge sharing per favorire lo scambio di idee ed esperienze.
- Utilizzare strumenti di comunicazione interna per diffondere rapidamente informazioni e aggiornamenti importanti.

3. Gestione delle best practice:

- Documentare le best practice per campagne di marketing, gestione dei social media, SEO e creazione di contenuti.
- Creare guide "how-to" e modelli replicabili per garantire coerenza e ottimizzare i processi.
- Analizzare i risultati delle campagne passate per identificare i punti di forza e di debolezza e migliorare le strategie future.

4. Gestione della community e dei clienti:

- Conservare le interazioni con i clienti sui social media, nelle email e nelle chat per acquisire informazioni preziose.
- Utilizzare le FAQ e le raccolte di ticket di supporto per identificare problemi ricorrenti e creare risorse di self-service.
- Analizzare i dati di customer journey mapping per capire meglio le esigenze del pubblico e creare contenuti mirati.

5. Apprendimento continuo

- Incoraggiare la partecipazione a corsi online, webinar e conferenze per rimanere aggiornati sulle novità del settore.
- Abbonarsi a newsletter e blog di esperti di digital marketing per avere accesso a contenuti di valore.
- Favorire l'auto-apprendimento e la sperimentazione per sviluppare nuove competenze e strategie.

Modello a spirale della conoscenza di Nonaka - SECI

- Socializzazione → Brainstorming di gruppo, scambi di idee e condivisione di esperienze personali
- Esteriorizzazione → Apprendimento tramite reportistica, documenti e altro materiale strutturato
- Combinazione → Mix di quello imparato e visionato per creare contenuti
- Internalizzazione → formazione, webinar....

Modello PUSH E PULL

- PUSH → Cartella/ Luogo/ archivio dove poter trovare materiale utile per il content creator
- PULL → Invitare il content creator a condividere quello che di buono ha imparato in forum aziendali o slack

Benefici del KM per digital marketing e web creator

- Migliore qualità dei contenuti e delle campagne di marketing
- Maggiore efficienza e produttività
- Risparmio di tempo
- Maggiore coerenza del brand e del messaggio
- Maggiore coerenza tra i contenuti
- Migliore collaborazione e comunicazione di squadra
- Risposte più rapide alle tendenze del settore e ai cambiamenti dell'algoritmo
- Vantaggio competitivo nel mercato digitale

Strumenti utili per il KM nel digital marketing

- Sistemi di gestione dei contenuti (CMS)
- Piattaforme di collaborazione online (Slack, Trello, Teams)
- Strumenti di project management
- Software di social media listening
- Basi di conoscenza aziendali (Wiki)
- Strumenti di content curation (Pocket, Feedly)

Esercizio 1 – 30 minuti

Esercizio 1: Creare un archivio di risorse → Immaginate di essere un ente di formazione specializzato in corsi sulla sostenibilità e marketing

1. Scegliere un argomento di interesse per la creazione di contenuti web.

2. Rintracciare risorse interne ed esterne all'azienda relative all'argomento scelto

1. Guardare il sito web dell'ente prescelto
2. Utilizzare Google Alert per impostare notifiche per nuovi contenuti pertinenti.
3. Cercare guide, report, case study, analisi di tendenze e dati analitici da fonti affidabili.

3. Creare un foglio di calcolo per archiviare le risorse trovate.

1. Includere colonne per titolo, autore, fonte, data di pubblicazione, rilevanza e una breve descrizione.

4. Organizzare le risorse in categorie o hashtag per facilitarne il recupero.

5. Condividere l'archivio con i compagni di corso e discutere il suo valore per la creazione di contenuti web.

ES. 2 – Creare flusso di lavoro per scrivere un articolo su LinkedIn

AZIENDA DI ORGANIZZAZIONE EVENTI

- Come creereste un flusso con il modello SECI per la creazione di un articolo?

Buon lavoro!

Dott.ssa Clara Ragazzini

www.ragazzinicla.com

ragazzinicla@gmail.com

[LinkedIn](#)

[YouTube](#)