

Azienda Sanitaria Locale Rieti**U.O.C. Sviluppo Strategico ed Organizzativo****DETERMINAZIONE DIRIGENZIALE**n° 2029 del 04 OTT, 2019

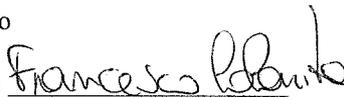
Oggetto: Approvazione "PROCEDURA COM01: Iscrizione profilo professionale su LinkedIn" (All. 1) e contestuale iscrizione della ASL di Rieti all'Associazione nazionale PA Social.

Il Dirigente sottoscrivendo il presente provvedimento, attesta che lo stesso, a seguito dell'istruttoria effettuata, nella forma e nella sostanza, è totalmente legittimo, ai sensi dell'art. 1 della L. n. 20/1994 e ss.mm.ii., assumendone di conseguenza la relativa responsabilità, ex art. 4, comma 2, L. n. 165/2001, nonché garantendo l'osservanza dei criteri di economicità, di efficacia, di pubblicità, di imparzialità e trasparenza di cui all'art. 1, comma 1°, L. n. 241/1990, come modificato dalla L. n. 15/2005. Il dirigente attesta, altresì, che il presente provvedimento è coerente con gli obiettivi dell'Azienda ed assolutamente utile per il servizio pubblico ai sensi dell'art. 1, L. n. 20/1994 e ss.mm.ii.;

L'Estensore/Responsabile del Procedimento

Dott. Francesco Colavita

Firma



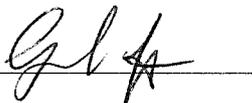
Data

30/09/2019

Il Dirigente:

Dott. Gabriele Coppa

Firma



Data

30/09/2019

Il Direttore della U.O.C. Economico Finanziaria con la sottoscrizione del presente atto attesta che lo stesso non comporta scostamenti *sfavorevoli* rispetto al budget economico.

PROVV. 453

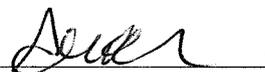
Voce del conto economico su cui imputare la spesa

509030203 : AUT. 65.40/2019

Data

01/10/2019

Firma



Dott.ssa Antonella Rossetti

Oggetto: Approvazione “*PROCEDURA COM01: Iscrizione profilo professionale su LinkedIn*” (All. 1) e contestuale iscrizione della ASL di Rieti all’Associazione nazionale PA Social.

Pag. 2 di 5

DETERMINAZIONE DIRIGENZIALE

VISTO l’art. 4, comma 2, del D.Lgs. 30 marzo 2001, n. 165 concernente le attribuzioni dei dirigenti nelle amministrazioni pubbliche;

VISTO l’Atto Aziendale approvato con Decreto del Commissario ad Acta n.U00004 del 15 gennaio 2019, pubblicato sul Bollettino Ufficiale della Regione Lazio n. 9 del 29 gennaio 2019 da cui si rileva l’organizzazione aziendale ed il funzionigramma;

VISTA la deliberazione del Direttore Generale n.7 del 12 dicembre 2017 di attribuzione delle deleghe al Direttore Amministrativo, al Direttore Sanitario ed ai dirigenti delle strutture aziendali in relazione agli incarichi formalmente conferiti ed i conseguenti successivi atti di delega;

RICHIAMATA la deliberazione del Direttore Generale n.189 del 16 febbraio 2017 avente ad oggetto: “*Attivazione ed utilizzo dei social network*”;

RICHIAMATA la Legge 7 giugno 2000 n. 150 “*Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle pubbliche amministrazioni*”



IL DIRETTORE DELLA U.O.C SVILUPPO STRATEGICO ED ORGANIZZATIVO

CONSIDERATO che la ASL di Rieti, intesa anche come marchio aziendale all’interno del quale si realizza l’effettiva condivisione di valori e di strategie tali da consentire la pronta ed efficace risposta ai bisogni di salute della popolazione reatina, è un patrimonio di conoscenze ed esperienze da tutelare e da potenziare;

CONSIDERATO inoltre che l’ASL di Rieti persegue, tra le altre proprie finalità, la sperimentazione di forme innovative di gestione e organizzazione sia in campo sanitario che amministrativo;

DATO ATTO che, nel succitato Atto Aziendale, e specificatamente nel capitolo 3 dedicato alla *vision*, è esplicitato che l’ASL di Rieti punta ad incrementare la percezione della propria affidabilità attraverso anche l’integrazione con la rete locale e regionale, volendo essere identificata attraverso il riconoscimento dei professionisti e delle loro competenze quale fulcro dell’innovazione organizzativa, del Governo Clinico, della ricerca, dell’integrazione intra ed extra aziendale;

CONSIDERATO, inoltre che, in una logica trasversale di *community building*, anche attraverso l’approvazione della Procedura allegata al presente provvedimento, la ASL di Rieti vuole valorizzare le proprie professionalità, alimentare il senso d’appartenenza e rinsaldare il rapporto di fiducia con i cittadini;

Oggetto: Approvazione “*PROCEDURA COM01: Iscrizione profilo professionale su LinkedIn*” (All. 1) e contestuale iscrizione della ASL di Rieti all’Associazione nazionale PA Social.

Pag. 3 di 5

RITENUTO, al fine di implementare una strategia comunicativa aziendale efficace, sviluppare corretti processi di comunicazione aziendale esterna ed interna in relazione ai fabbisogni dell’utenza ed agli obiettivi della ASL di Rieti, definendo procedure interne per la comunicazione istituzionale, il raccordo di processi di gestione e web e social media abbinati a quelli del portale internet

aziendale, nell’ottica dell’attuazione delle disposizioni in materia di trasparenza e della comunicazione esterna dei servizi erogati dalla ASL di Rieti e del loro funzionamento;

RILEVATA la necessità della Direzione Aziendale di coordinare il processo di comunicazione, incardinando le attività legate ai social media all’interno della funzione di *media relation* e comunicazione;

RILEVATO che, attraverso un’interazione coordinata, l’uso del social network professionale *LinkedIn* possa favorire l’accrescimento della credibilità aziendale e dei professionisti che vi lavorano, diventando strumento importante ed originale per raccontare l’ASL e per descriverla fuori dai canali convenzionali e dai confini aziendali;

RITENUTO, inoltre, che anche in occasione della ristrutturazione del portale www.asl.rieti.it, per dare ulteriore forza alle policy aziendali per la trasparenza e l’umanizzazione, questa procedura semplifica un coordinato accesso al social network professionale *LinkedIn*, che può rappresentare una valida e credibile fonte di traffico verso il nuovo sito aziendale;

CONSIDERATA poi la collaborazione con l’Associazione nazionale PA Social, che ha contribuito, per le vie brevi e a titolo gratuito, con la Struttura proponente alla predisposizione della Procedura allegata alla presente Determinazione;

CONSIDERATO che, l’Associazione nazionale PA Social rappresenta “*la prima associazione italiana dedicata alla nuova comunicazione, quella portata avanti attraverso web, social network, chat, intelligenza artificiale, e che si occupa di divulgazione, formazione, pubblicazioni, ricerche*”;

CONSIDERATO che, la succitata Associazione è *la prima rete a livello mondiale nel suo genere con la partecipazione di numerosi professionisti, giornalisti, comunicatori, nuove professioni del digitale, amministratori, manager, enti e aziende pubbliche, associazioni, imprese, cittadini*”, e che una collaborazione assume tratti strategici per la ASL di Rieti, anche con l’obiettivo di per diffondere informazioni di qualità trasparenti ed accessibili ai cittadini;

RITENUTO, quindi, di dover procedere all’iscrizione per le annualità 2019 e 2020 alla predetta Associazione, tramite versamento con bonifico bancario sul conto 1038388938 - IBAN: IT70H0760102800001038388938, intestato all’associazione PA Social Codice fiscale 97939640583 - Partita Iva 14766921002 - Via Salaria 292 Roma, con causale “Quota associativa ASL di Rieti anni 2019 e 2020” per una quota annua di € 20,00 (euro venti) per anno, per un complessivo importo di € 40,00 (euro quaranta);

DATO ATTO che la proposta è coerente con il vigente Piano Triennale Aziendale della Prevenzione della Corruzione e del Programma Triennale per la Trasparenza e l’Integrità;

Oggetto: Approvazione “*PROCEDURA COM01: Iscrizione profilo professionale su LinkedIn*” (All. 1) e contestuale iscrizione della ASL di Rieti all’Associazione nazionale PA Social.

Pag. 4 di 5

DETERMINA

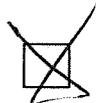
1. Di approvare la Procedura COM01: Iscrizione profilo professionale su LinkedIn (All. 1);
2. di impegnare la somma di € 40,00 (euro quaranta) sul conto economico 509030203 denominato “Altri oneri di gestione”;
3. di disporre il pagamento della quota associativa per l’Associazione PA Social per l’anno 2019 e 2020 tramite versamento con bonifico bancario sul conto 1038388938 - IBAN: IT70H0760102800001038388938, intestato all’associazione PA Social - Codice fiscale 97939640583 | Partita Iva 14766921002 - Via Salaria 292 Roma, con causale “Quota associativa ASL di Rieti anni 2019 e 2020” per una quota annua di € 20,00 (euro venti) per anno, per un complessivo importo di € 40,00 (euro quaranta);
4. di dichiarare il presente provvedimento immediatamente esecutivo non essendo sottoposto al controllo regionale, ai sensi del combinato disposto dell’art. 30 della L.R. n. 18/94 e successive modificazioni ed integrazioni e degli artt. 21 e 22 della L.R. n. 45/96;
5. di disporre l’invio del presente atto alla U.O.C. Economico Finanziaria per i provvedimenti di competenza;
6. di disporre che il presente atto venga pubblicato nell’albo pretorio on-line aziendale ai sensi dell’art. 32, comma 1, della legge 18.09.2009, n. 69 e del D.Lgs 14.03.2013 n. 33;

in oggetto

per esteso

*Il Direttore della U.O.C.
Dott. Gabriele Coppa*

VERIFICATA DAL DIRETTORE AMMINISTRATIVO O DAL DIRETTORE SANITARIO:



Il Direttore Amministrativo: Dott.ssa Anna Petti

IL DIRETTORE AMMINISTRATIVO
Dott.ssa Anna Petti



Il Direttore Sanitario ff: Dott. Gennaro D'Agostino

La presente Determinazione è inviata al Collegio Sindacale in data 04 OTT, 2019

La presente Determinazione è esecutiva ai sensi di legge. 04 OTT, 2019

La presente Determinazione viene pubblicata all'albo pretorio on-line aziendale ai sensi dell'art. 32, comma 1, della legge 18.09.2009, n. 69 e del D.Lgs 14.03.2013 n. 33 in data 04 OTT, 2019

in oggetto per esteso

Rieti li 04 OTT, 2019

IL FUNZIONARIO

Pietro Ferraro

Allegato n° 1 - pag. n° 6



PROCEDURA – COM01: iscrizione profilo professionale su LinkedIn



1

RAFFORZIAMO LA NOSTRA COMUNITÀ: FACCIAMO RETE

FINALITÀ: attivazione del proprio profilo professionale su LinkedIn

OBIETTIVO: creazione di una comunità composta dai dipendenti e collaboratori dell'Azienda Sanitaria

MODALITÀ: definizione di una procedura che ne faciliti l'iscrizione

STRUTTURA COMPETENTE: ASL di Rieti, UOC Sviluppo Strategico ed Organizzativo

REFERENTE: Francesco Colavita, UOC Sviluppo Strategico ed Organizzativo

1. **Premessa**
2. **Cos'è LinkedIn**
3. **Cosa non è LinkedIn**
4. **Attivare il proprio profilo LinkedIn**
5. **Condividere, consigliare e commentare i post della ASL di Rieti**
6. **Partecipare ai gruppi LinkedIn**
7. **I segreti di LinkedIn: l'algoritmo**



PROCEDURA – COM01: iscrizione profilo professionale su LinkedIn

1. Premessa

La ASL di Rieti, intesa anche come marchio aziendale all'interno del quale si realizza l'effettiva condivisione di valori e di strategie tali da consentire una pronta ed efficace risposta ai bisogni di salute della popolazione reatina, rappresenta un patrimonio di conoscenze ed esperienze da tutelare e da potenziare. In quest'ottica, i dipendenti ed i collaboratori sono la maggiore risorsa della ASL, anche per quanto riguarda la presenza sui social media. I dipendenti rappresentano l'Azienda, sono il vero valore aggiunto: non risorse umane, ma capitale umano!

In una logica trasversale di *community building*, anche attraverso la presente procedura, questa ASL intende valorizzare le proprie professionalità, alimentare il senso d'appartenenza e rinsaldare il rapporto di fiducia con i cittadini.

Tutti contribuiscono a far crescere l'Azienda Sanitaria di Rieti.

Da alcune ricerche di LinkedIn emerge come i dipendenti/collaboratori aziendali riescano ad avere un numero di connessioni di primo grado 10 volte superiore al numero di follower di una qualsiasi Azienda. La ASL di Rieti vuole dunque implementare un programma di *employee advocacy*, tale da consentire di aumentare esponenzialmente l'attrattività aziendale e le opportunità di "essere interessante" verso i dipendenti, verso i collaboratori e verso nuovi professionisti, oltre che verso i cittadini.

Un'Azienda è forte quando si racconta attraverso le esperienze dei propri professionisti, consolidando quindi la capacità di attrarne di nuovi.

I dipendenti/collaboratori sono i primi portavoce del brand aziendale ed hanno la capacità di consentire un corretto *professional brand*. Raggrupparli nella *rete* dell'ASL di Rieti amplierà la *reach* dei contenuti, con il beneficio reciproco delle connessioni. È dunque importante che i dipendenti/collaboratori attivino un proprio profilo LinkedIn e che siano connessi con la pagina aziendale, oltre che ad interagire attivamente con i post (qualora ovviamente ne condividano il contenuto), consigliandoli, commentandoli, e creandone di propri su temi di interesse per il settore.

2. Cos'è LinkedIn

LinkedIn è un social network professionale diffusissimo in Italia (sono più di 12 milioni gli utenti) e nel mondo (oltre 585 milioni di utenti), dedicato al mondo del lavoro, tramite cui si possono valorizzare le attività aziendali e le esperienze lavorative.

Attraverso un'interazione coordinata, l'uso di LinkedIn può accrescere la credibilità aziendale e dei dipendenti/collaboratori che vi lavorano, diventando strumento originale e strategico per raccontare l'ASL e per descriverla fuori dai canali convenzionali e dai confini aziendali.

Attualmente LinkedIn copre circa 150 comparti economici e oltre 400 settori, direttamente da Palo Alto, in California. È un networking, una rete professionale, in sostanza: si occupa di creare e intrattenere relazioni online, sulla base però dei contatti lavorativi. Fondamentale è creare una rete professionale per dare slancio alla propria carriera e all'Azienda che si rappresenta. Il consiglio è



PROCEDURA – COM01: iscrizione profilo professionale su LinkedIn

quello di creare collegamenti con persone che si conoscono, con colleghi di lavoro attuali o precedenti, con gruppi professionali (Associazioni di categoria, Società scientifiche, etc...).

È un valido strumento per far sì che l'ASL sia rintracciabile sul web, anche nel caso di ricerche effettuate da esperti del settore/potenziali utenti.

A differenza degli altri social network, LinkedIn consente un'attenzione particolare alla qualità del contenuto, sollecitando una particolare predisposizione degli utenti alla lettura e all'approfondimento del contenuto. Anche per questo, i contenuti postati su LinkedIn sono meno soggetti al fenomeno delle *fake news* o da utilizzi scorretti.

Anche in occasione della ristrutturazione del portale www.asl.rieti.it, per dare ulteriore forza alle politiche aziendali per la trasparenza e l'umanizzazione; questo social network può rappresentare una valida e credibile fonte di traffico verso il nuovo sito aziendale: attraverso un link posizionato sul portale e, viceversa, sul social media, si possono generare punti di primo accesso alle informazioni per gli utenti interessati.

3. Cosa non è LinkedIn

LinkedIn non è *Facebook*, non è *Twitter*, non è *Instagram*, non è *Telegram*. I social non sono tutti uguali e non vanno confusi. Ogni social ha il target di riferimento, la propria "popolazione bersaglio", i propri obiettivi e delle specifiche modalità d'utilizzo. Rispetto all'informalità di Facebook o di Instagram, LinkedIn dà accesso ad una rete più formale, in cui si dà risalto ai successi professionali di gruppo o individuali, alle attività lavorative e ai contenuti settoriali. L'importante è non cadere nell'autoreferenzialità e nell'autocelebrazione.

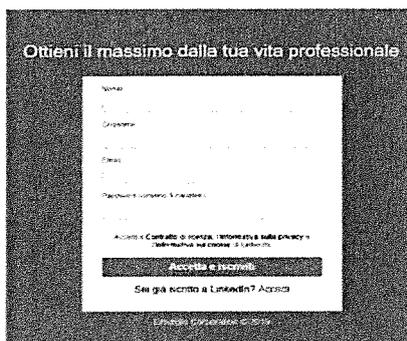
Non è un social attraverso cui raccontare le proprie esperienze private o dove postare foto che raccontano di spaccati di vita personali.

4. Attivare il proprio profilo LinkedIn

Di seguito si specificano i passaggi necessari per l'attivazione del proprio profilo:

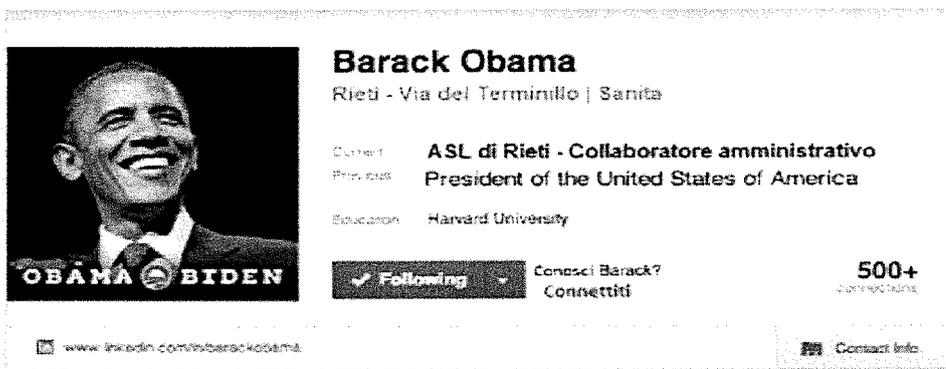
1. Aprire un browser Web che più si preferisce e digitare l'indirizzo del sito internet ufficiale di LinkedIn: www.Linkedin.it;
2. Cliccare sul pulsante "Iscriviti ora" e procedere alla registrazione. Inserire il proprio nome e cognome, l'indirizzo di posta elettronica che si vuole utilizzare per la registrazione al social network e inventare una password che sarà d'ora in avanti legata all'account;

PROCEDURA – COM01: iscrizione profilo professionale su LinkedIn



4

3. Una volta effettuata la registrazione, è opportuno inserire nella descrizione personale e nella posizione lavorativa il nome dell'ASL di Rieti come prima informazione. A puro titolo esemplificativo, dunque:
- *ASL di Rieti – Direttore della UOC...*
 - *ASL di Rieti – Dirigente medico della UOC...*
 - *ASL di Rieti – Collaboratore amministrativo UOC.....*
 - *ASL di Rieti – Infermiere UOC*



4. Cercare tra i contatti e aggiungere la pagina ufficiale dell'ASL di Rieti;
5. Cercare ed aggiungere tra i propri contatti i dipendenti/collaboratori della ASL di Rieti;



6. Cercare ed aggiungere tra i propri contatti gli amici/conoscenti.

Gli utenti di LinkedIn solitamente tendono a fornire il maggior numero possibile di informazioni sul proprio profilo: esperienze passate, presenti, studi, skills, interessi e associazioni di cui fanno parte. Ciò consente al social di avere un alto numero di dati sugli utenti, e di poterli targetizzare in modo molto accurato.



PROCEDURA – COM01: iscrizione profilo professionale su LinkedIn

La prima cosa che un utente visualizza dopo un contenuto, statisticamente, è il profilo. È indispensabile, dunque, una *unique proposition*, serve mostrare cosa si fa e come, è necessaria una riprova sociale (le competenze e gli endorsement); il tutto editato nella maniera più facile e diretta possibile.

5. Condividere, consigliare e commentare i post della ASL di Rieti



5

Una delle regole “non scritte” di LinkedIn è quella di pubblicare con regolarità contenuti d’interesse. I post pubblicati compariranno anche nei feed dei contatti.

Per quanto riguarda il “piano editoriale” aziendale e personale, è opportuno condividere il gusto mix di contenuti interni ed esterni, ossia di altre fonti. Un’azienda o un professionista che si autocelebra, che parla sempre e solo delle cose fatte e riuscite, delle soluzioni che offre e dei suoi casi di successo, senza un minimo di contesto e di interesse verso i trend o le news di settore, rischia di diventare poco efficace dal punto di vista dello storytelling.

La pagina LinkedIn, per essere efficace, deve quindi mostrare attenzione al contesto e all’attualità, in modo tale da ampliare le connessioni con leader di pensiero, influencer ed esperti del campo. L’importante è non limitarsi a condividere e basta, ma aggiungere un highlight, una citazione o, meglio ancora, un commento che spieghi il contributo o il punto di vista dell’Azienda in cui si lavora.

È importante che i dipendenti/collaboratori siano stimolati, alla condivisione o alla produzione di contenuti direttamente collegabili alle loro attività lavorative svolte per conto dell’ASL, con attenzione alla *content curation* tale da consentire l’amplificazione ai contenuti desiderati.

Si possono postare:

- ✓ Post multifoto o con foto singole
- ✓ Post con video
- ✓ Post testuali
- ✓ Articoli
- ✓ Link ad articoli esterni o a file pdf

È opportuno creare:

- contenuti per utenti che possano incuriosire chi non conosce la ASL o il professionista;
- contenuti per utenti che conoscono la ASL o il professionista e che sono tra i contatti, ma che ancora non hanno interagito con l’aspetto professionale;
- contenuti per potenziali stakeholders.

I contenuti più efficaci sono:

- contenuti che ispirano: video e immagini che attirano facilmente l’attenzione;
- contenuti informativi gratuiti: post e PDF dove vengono spiegati processi per ottenere determinati risultati e guide pratiche per la risoluzione di problemi comuni;
- contenuti di news: post che raccontano novità o descrivono le attività gestite e promosse dalla ASL.



PROCEDURA – COM01: iscrizione profilo professionale su LinkedIn

Tutti i contenuti vanno categorizzati utilizzando degli hashtag scelti con cura rispetto all'argomento trattato. **L'Hashtag rappresenta la parola chiave, che antepone alla parola scelta il simbolo “#”.**

I post di LinkedIn ottengono più engagement al mattino e quando sono pubblicati dopo gli orari di lavoro. I momenti maggiormente strategici per la pubblicazione di un post sono il lunedì mattina, il mercoledì ad ora di pranzo e il venerdì dopo pranzo. I post che riscuotono meno visibilità sono quelli postati il sabato e la domenica.

6. Partecipare ai gruppi LinkedIn

Partecipare attivamente ai gruppi LinkedIn può aiutare ad ottenere visibilità, posizionare l'ASL ed i singoli professionisti e, ovviamente, entrare in contatto con persone interessate al settore, che magari sono in cerca di soluzioni a problemi direttamente o indirettamente collegati alle attività della ASL.

I dipendenti/collaboratori hanno più visibilità rispetto alla ASL, poiché accedono ad una cerchia di conoscenti, colleghi o ex compagni di studi ben più ampia di quella che la stessa ASL possa ottenere.

In LinkedIn vi sono gruppi settoriali e ben distinti per attività, formati da un pubblico mirato e quindi più propenso ad interagire con i contenuti. Si possono rintracciare tramite per *keyword* (parole chiave) nella barra di ricerca, alcuni sono suggeriti direttamente da LinkedIn in base alla descrizione del proprio profilo.

7. I segreti di LinkedIn: l'algoritmo

LinkedIn rende trasparenti molte delle funzionalità dell'algoritmo alla base del social network; conoscerle, orienta l'utilizzatore ad una migliore gestione delle informazioni. In linea generale, le regole base di seguito proposte danno un'idea di quali siano le priorità della piattaforma e i metri di giudizio adottati:

- Un bot valuta se il contenuto sia da ritenere spam, di scarsa qualità, o chiaro. Ovviamente, per questo motivo, è molto importante che la qualità di ciò che si pubblica sia alta.
- L'algoritmo misura l'engagement iniziale. Più consigli, commenti e condivisioni si raggiungono sul post, tanto più vi è rilevanza per l'audience delle informazioni condivise.
- L'algoritmo verifica nuovamente se si possa trattare di spam, in base anche alla credibilità del profilo e a quella della cerchia dei contatti.
- gli Editor di LinkedIn controllano il contenuto e determinano se debba essere visualizzato ancora (ed eventualmente meriti di ricevere ulteriore visibilità).