

Social Media Policy [di nome azienda]

Termini e condizioni di utilizzo dei social network, e di tutto quello che comporta interazioni sul e con il web.

Questo documento definisce le linee guida per l'utilizzo dei mezzi di comunicazione sul web, sono inclusi blog, wiki, microblog, bacheche, chat, newsletter, forum, social network, e altri siti e servizi che consentono agli utenti di condividere le informazioni con altri.

Questi canali sono gestiti [da nome o ruolo ricoperto o riferimento] responsabile della comunicazione online.

I canali social servono a informare e coinvolgere le persone interessate a [inserire il nome della realtà social] e ai suoi prodotti e servizi.

I canali web avranno questi orari e giorni di moderazione [inserire l'orario e giorni]

Principi per soggetti terzi

I contenuti inseriti da terzi saranno moderati sulla base di queste regole.

- Non è possibile usare il maiuscolo.
- Non è possibile riportare dati sensibili propri o di terzi.
- Non è possibile utilizzare termini offensivi o lesivi in riferimento a persone, idee o cose.
- È vietato postare commenti non inerenti a quelli della realtà social/web, oppure non inerenti al post pubblicato.
- Non è possibile utilizzare la realtà [inserire il nome dell'azienda] per promuovere una propria attività.
- Non è possibile pubblicare contenuti multimediali protetti da copyright oppure offensivi, con riferimento a persone, idee o cose.
- Tutte le altre azioni di terzi saranno valutate di volta in volta dal responsabile della comunicazione online.

Principi per soggetti interni

I seguenti principi si applicano ad un uso professionale dei social media per conto [della società], nonché l'uso personale dei social media quando si fa riferimento [alla società].

- I dipendenti devono conoscere e aderire al Social Media Policy e alle Politiche Aziendali, quando si utilizzano i social media in riferimento [alla società].
- I dipendenti devono essere consapevoli che le loro azioni possono avere effetti negativi sulla loro immagine e per quella [della società]. Le informazioni che i dipendenti inviano o pubblicano possono essere informazioni pubbliche per un lungo periodo di tempo.
- Non è un elenco esaustivo, ma questi sono alcuni esempi per poter avere una buona condotta sui social media. Sono vietati l'invio di commenti con contenuti o immagini che sono diffamatori, pornografici, protetti da copyright, molesti, diffamatori, o che possono creare un ambiente di lavoro ostile.

- I dipendenti non possono pubblicare o rilasciare alcuna informazione che è considerata confidenziale o non pubblica. Se ci sono domande su ciò che è considerato confidenziale, gli impiegati devono richiedere verifica al responsabile dei servizi web.
- I Social Media, blog e altri tipi di contenuti on-line a volte fanno nascere l'attenzione della stampa e dei media oppure questioni legali. I dipendenti devono riferire questi accadimenti che riguardano [l'Azienda] al responsabile.
- Se i dipendenti si trovano in una situazione di uso dei mezzi di comunicazione web che rischia di diventare problematica, i dipendenti devono liberarsi dalla discussione in modo educato e chiedere il parere del responsabile.
- I dipendenti devono avere il permesso per poter fare riferimento e/o utilizzare, post e/o immagini di colleghi, ex dipendenti, soci, venditori o fornitori. Inoltre, i dipendenti devono ottenere il permesso per l'utilizzo di diritti d'autore di terzi, materiale protetto da copyright, marchi, marchi di servizio o altra proprietà intellettuale.
- L'uso dei social media non deve interferire con le responsabilità del dipendente [della società]. I sistemi informatici [della società] devono essere utilizzati solo per scopi aziendali. Quando si utilizzano sistemi informatici [della società] l'uso dei social media per scopi commerciali aziendali è consentito, ma l'uso personale della rete aziendale per i social media, o blogging, è vietato e potrebbe comportare un'azione disciplinare.
- In ottemperanza della legge in vigore, dopo che l'attività online del dipendente ha violato il Social Media Policy o qualsiasi altra politica aziendale, questo può essere sottoposto a provvedimenti disciplinari o cessazione di contratto.
- Se i dipendenti pubblicano contenuti nelle ore post lavorative, con riferimento [alla società] o soggetti associati [alla società], deve essere utilizzato un disclaimer, come questo: «Questo genere di messaggi sono frutto di mie considerazioni o idee, ma non possono rappresentare le posizioni, le strategie o le opinioni [della società]. »
- È vivamente raccomandato che i dipendenti mantengano i contatti web [della società] separati da quelli personali.

Tutte le realtà web [della società] sono: [inserire tutti i profili social, oppure tutte quelle realtà che prevedono interazioni con utenti]. Solo queste seguiranno questa Social Media Policy.

Si ricorda che tutte le informazioni contenuto in questo documento, e nelle comunicazioni dovute a questo documento, o nella gestione delle realtà web sono da ritenere altamente confidenziali e ricadono nelle normative della legge sulla Privacy.

Firma Azienda

Firma Responsabile della comunicazione web