

Gentile famiglia, ecco il Suo

BOLLETTINO UFFICIALE MUNICIPALE

anno 28 | numero 9 | OTTOBRE 2021



CITTÀ DI SAN BENEDETTO DEL TRONTO



VE
STELLA

CCIV

Internet per i nonni

Le pubbliche relazioni, on-line

di Antonio Prado*

C'era una volta il simpatico del gruppo, conosciuto un po' da tutti, capace di muoversi con disinvoltura anche negli ambienti nuovi o poco accoglienti. Insomma, la persona brava a rompere il ghiaccio, quella che fa sentire gli altri a proprio agio che riesce a far decollare una festa, che attrae gente ovunque vada. Negli anni è una figura che ha acquisito sempre più popolarità e, in alcuni casi, ha accentrato una serie di capacità che sono diventate una specie di mestiere, quello delle pubbliche relazioni. Qualcuno ricorderà i cosiddetti PR dei locali da ballo, persone sempre cariche di biglietti omaggio che usavano con discrezionalità per promuovere le serate.

Oggi il PR diventa digitale e si aggira per le sconfiniate praterie cibernetiche con un bagaglio culturale specifico, delle competenze apprese all'università e tanta gavetta fatta negli *open space* di grandi aziende.

Ma quello del *Digital PR* può mai essere un lavoro "serio" a tempo pieno? Altroché! Pensiamo alle recensioni che tutti noi ricerchiamo ogni volta che ci accingiamo a operare un acquisto *on-line*. La bravura del consumatore sta nel tentare di evitare i prodotti senza recensioni, preferire quelli con un maggior numero di referenze positive e poi leggere alcune di queste per rendersi conto se si tratti di opinioni prezzolate o di racconti di esperienze genuine.

I più smaliziati tra noi sanno che non è l'unica recensione negativa di un prodotto a doverci influenzare poiché un caso sfortunato o un acquirente un po' strano può sempre capitare. Ma quando i pareri negativi sono tanti e magari ben argomentati, il prodotto perde il suo iniziale appeal e rimane in una delle infinite pagine della nostra cronologia senza mai approdare al carrello del negozio virtuale.

Ecco che entra in gioco il *Digital PR*, l'animatore che riesce a farci cambiare idea sull'articolo di una azienda che non avevamo ben messo a fuoco e che stavamo trascurando durante l'esperienza di acquisto di un bene o servizio (superfluo o necessario che sia). Ma come fa? Innanzitutto è una figura professionale in grado di parlare di-

rettamente al consumatore usando le parole che il consumatore conosce, attraverso i mezzi di comunicazione che il consumatore usa, sui social *network* che il consumatore frequenta.

Poi, con la giusta dose di empatia riesce a creare un canale comunicativo con noi consumatori, canale nel quale veicola la corretta informazione sul prodotto così che noi possiamo formarci un'opinione basata su dati oggettivi (di parte, d'accordo) e non sul sentito dire.

Non è detto che tale sforzo si "converta" in un acquisto immediato, ma nel frattempo di sicuro abbiamo un'idea più chiara del prodotto di quella specifica azienda e, grazie alle doti del *Digital PR*, ci sentiamo più vicini a quel marchio invece che ad altri, cosa che potrà influenzare il nostro comportamento nei futuri acquisti.

L'obiettivo di chi ha curato le pubbliche relazioni *on-line* con noi è stato dunque raggiunto. Per tornare all'esempio della festa danzante, il PR ci ha convinti ad andare a ballare nel suo locale e, verosimilmente, a portare con noi altri amici i quali a loro volta ne parleranno a loro conoscenti; ed ecco che, grazie a un semplice passa parola, si innesca un effetto domino positivo per chi ha assunto il migliore PR sulla piazza.



disegno di Belinda Menzietti

Chi desidera scegliere questa attività deve comunque sapere che le incombenze sono molte e diverse tra loro: c'è infatti la necessità di essere attivi e presenti nelle comunità su Internet, scrivere testi su *blog*, seguire alcuni *iter* post-vendita, tenere sotto controllo le opinioni che si esprimono sulla Rete a proposito dei propri prodotti. Va precisato che non tutte queste attività hanno luogo in discoteca.

Nel prossimo numero capiremo chi è e di cosa si occupa il Web Analyst.

*Giornalista, Chief Digital Officer
Servizio Infrastrutture Digitali

Questa rubrica ha oltre 4 anni nel corso dei quali sono stati trattati temi di comune interesse, tutti attinenti al rapporto tra le persone e la tecnologia. Ora vorremmo ampliare il raggio d'azione affrontando, sempre con un tono leggero e colloquiale, aspetti finora non analizzati di questo complesso rapporto in costante evoluzione. Per questo è necessario il vostro contributo di idee. Se avete suggerimenti da darci, scrivete pure a ufficiostampa@comunesbt.it