

Gentile famiglia, ecco il Suo

BOLLETTINO UFFICIALE MUNICIPALE

anno 28 | numero 11 | DICEMBRE 2021



CITTÀ DI SAN BENEDETTO DEL TRONTO



Guarda.

*Sei in un posto qualsiasi
e ti raggiunge un albero,
un muro, un viso.*

*Il centro del mondo è poco lontano da te,
è nelle vie secondarie, ti aspetta
dove non ti aspetti niente.*

*Prendi una forchetta in mano
come se fosse un momento solenne,
porta il bicchiere alla bocca
come se fosse un gesto sacro,
sorridi perché ogni sorriso apre
una crepa nel muro della vecchiaia.*

*Fai cose coraggiose,
ti fa ringiovanire.*

*E poi torna, pensa che sei contento,
fallo sapere ai tuoi errori
che li vedi, li riconosci
e li guardi con clemenza.*

*Guarda dentro e guarda fuori,
guardare è una culla.*

(Franco Arminio)

**L'AMMINISTRAZIONE COMUNALE
AUGURA A TUTTI I SAMBENEDETTESI
SERENE FESTIVITÀ**

Internet per i nonni

Gli artificieri del web

di Antonio Prado*

Conversare, coinvolgere, sostenere, moderare, disinnescare. Sono alcune delle azioni alla base del mestiere di un *Community Manager*, ruolo che, se detto in italiano, Dirigente di comunità, forse non suona altrettanto alla moda. Si pone come chiave per il successo di un marchio, di una azienda o anche di una non-profit, insomma per qualunque attività che vada fatta conoscere al pubblico e che dal pubblico ricavi la propria forza.

Pensiamo a una grande e affermata azienda che desideri, con un nuovo marchio, avviare una modernissima linea industriale per lanciare sul mercato un prodotto innovativo. Uno sforzo ciclopico che coinvolge centinaia di figure professionali, comprese quelle esperte di Internet; tutte insieme stabiliscono una strategia comune per il funzionamento di tutti quegli ambiti che coinvolgono il pubblico: pubblicità, comunicazione, ufficio informazioni, supporto tecnico.

Ecco, sono tutti settori dove il *Community manager* rappresenta un valore aggiunto perché, almeno il professionista modello, è dotato di vivace creatività nell'ideare contenuti coinvolgenti, forte capacità comunicativa, indole amichevole, propensione all'ascolto, temperamento calmo ed equilibrato. Inoltre, come dirigente, deve avere doti organizzative per far funzionare la squadra di lavoro, capacità di motivare i collaboratori, profonda conoscenza di Internet e dei social network.

Prendiamo una sfera di azione come quella del supporto tecnico: quante volte ci è capitato di dover valutare negativamente un servizio di assistenza? Abbiamo aperto una segnalazione sul sito del produttore, ma dall'altra parte riceviamo risposte inadeguate e, alla nostra sacrosanta insistenza l'addetto ribatte in modo spazientito. Chi ci rimette? *In primis* il marchio che perde di reputazione ai nostri occhi e non vediamo l'ora di raccontare la nostra esperienza negativa a tutti i nostri amici.

Se invece ci relazioniamo con un bravo *Community Manager* (o un membro preparato della sua squadra) avremo un'esperienza diversa, di sicuro non negativa, tipo: non saremo forse riusciti a risolvere il nostro problema, ma sa-

remo stati trattati bene e in modo professionale e anzi, ci sarà anche stato gentilmente spiegato il perché non è stato possibile soddisfare la nostra richiesta.

Oppure, pensiamo a quanti commenti si possono generare in pochi minuti sulla pagina di una azienda che pubblicizza un prodotto bellissimo ma molto costoso. Alcuni saranno di stupore e complimenti per il produttore, altri potranno avere punte di sarcasmo, altri ancora potranno vomitare, in modo del tutto irrazionale, odio e calunnie. Ora, è qui che si misura la bravura di un *Community Manager*, cioè nella capacità di isolare e moderare gli odiatori (ché tanto non c'è molto di più da fare con quelli) e nella precisione del disinnescamento di commenti negativi.

Proprio come degli artificieri, i professionisti delle comunità on-line devono fare in modo che un commento negativo, o una recensione, non finisca per far scoppiare una bomba in faccia all'azienda o al committente. Dunque devono avere la tempestività e la precisione chirurgica nell'indovinare se tagliare il filo rosso o quello blu per ristabilire la tranquillità in un confronto all'interno di una comunità dove molti rimangono a guardare e si fanno influenzare da ciò che succede.



disegno di Belinda Menzietti

Sì, perché quando l'azienda risponde, per mezzo di un suo rappresentante, in un contesto pubblico in modo fermo ma calmo, professionale e gentile è una modalità che viene apprezzata da chiunque assista a prescindere dal fatto che sia il destinatario della risposta. Quindi, da oggi in poi, facciamo caso anche a queste dinamiche nei grandi marchi e ci verrà facile scoprire quali siano i contesti che impiegano un valido *Community Manager*.

Nel prossimo numero parleremo delle Certificazioni anagrafiche.

*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