



Andrea Lischi
Director engineering F.A.I.
Future Advanced Idea

IL WEB CI GIUDICA

Professionisti ed aziende che entrano nell'online devono rapportarsi con i giudizi degli utenti. Che siano positivi, negativi, o vere e proprie calunnie, devono essere monitorati con le giuste armi. Perché la *web reputation* è il biglietto da visita del nostro business nel web



L'

uso della rete web è sempre più diffuso e sempre lo sarà con i suoi repentini cambiamenti e con una serie di strumenti: motori di ricerca, social network, videomaker, etc.

Il termine *web reputation*, dall'inglese "reputazione sulla rete internet", indica l'insieme di informazioni, giudizi, commenti, recensioni e quant'altro abbia

una minima caratteristica di multimedialità, riferiti ad un'azienda oppure ad un soggetto privato, come ad esempio un professionista presente online. Di conseguenza quando si è in procinto di avviare una nuova attività online, di vendita, di servizi o di consulenza, op-

pure si deve consolidare quanto di buono è stato già fatto, o ancora quando bisogna riabilitare la propria immagine e reputazione in qualunque settore, si deve comprendere che le informazioni e le notizie che vengono fatte circolare in rete hanno una valenza fondamentale che fanno la differenza tra la vita o la morte di un'azienda, qualsiasi sia l'ambito in cui operi, o di un professionista. La *web reputation* è quindi un parametro obbligatorio nell'epoca in cui viviamo, e nessuno può minimamente pensare di poter snobbare tale realtà perché tale atteggiamento equivarrebbe dal punto di vista commerciale e/o professionale a suicidarsi.

Infatti una delle caratteristiche della rete internet è che ogni contenuto, articolo, notizia, recensione, etc. lascia una traccia persistente nel tempo. Finora le notizie hanno avuto una vasta diffusione ma una fruizione limitata, indipendentemente dal media usato come la stampa, la radio o la tv. Limitata logicamente nel tempo, nel senso

“

Il nostro lavoro consiste nel creare e monitorare, la web reputation dei nostri clienti, facendo in modo che sia sempre positiva affinché le loro attività siano sempre floride

”



l'offline, cioè quello che succede fuori dal web, quello che prima si definiva il mondo reale, è soltanto un mondo obsoleto destinato velocemente, che piaccia o no, a non esistere più. Di questo se ne ha la prova ogni giorno osservando attività offline, negozi su strada, che chiudono, mentre gli store on line e gli e-commerce proliferano e aumentano vertiginosamente il loro giro d'affari. Il mondo del lavoro offline basato sul passaparola, sulla pubblicità in radio o tv è ormai uno zombie che cammina per vie desertiche che non si tende conto di essere già deceduto. Il mondo online con un semplice click permette di far conoscere a tutti in tutto il mondo una notizia in tempo reale e che nel bene o nel male rimarrà per sempre.

Oggi non serve solo essere presenti nel web, ma bisogna anche tenere conto della nostra reputazione "2.0", cioè quello che si dice di noi o della nostra attività. Nel bene o nel male. Diventano quindi strategici per un'azienda l'attivazione di servizi, quali: la creazione di una piattaforma algoritmica ad hoc, studiata e pensata per esaudire, in primis, le esigenze degli utenti e valorizzare nello stesso tempo i servizi e i prodotti offerti; la progettazione, la costruzione e la gestione dell'identità digitale; la strategia di brand identity online; la creazione dei canali; l'ottimizzazione dei contenuti; le campagne adv. SEO, SEM; la pianificazione, il monitoraggio e la gestione di crisi reputazionali del brand sul web attraverso analisi, alert real time e insight strategici. Tutto questo dovrebbe fare un'azienda o un professionista che mira al suo successo avendo una impeccabile web reputation. Per fare un semplice paragone, vent'anni fa pochissimi avevano il proprio sito internet personale, della propria attività professionale o commerciale e moltissimi erano i detrattori di tale emergente realtà sostenendo che a nulla sarebbe servito il web. Oggi non avere un sito internet della propria attività vuol dire NON ESISTERE. Al tempo stesso, avere una web reputation negativa vorrà dire semplicemente uscire fuori dal mercato e suicidarsi come professionista o imprenditore. Il nostro lavoro consiste proprio nel creare e monitorare, la web reputation dei nostri clienti, facendo in modo che sia sempre positiva affinché le loro attività siano sempre floride.

che una brutta notizia uscita su un quotidiano, un settimanale oppure tramite un telegiornale vive per pochi giorni, al massimo settimane, vive cioè il tempo di cui si parla di tale notizia per poi cadere nel dimenticatoio. Nel web tutto invece persiste e persisterà sempre nel tempo in quanto è reperibile tramite i motori di ricerca, anche a distanza di anni, addirittura decenni. Ecco perché è necessario conoscere sempre quali contenuti sono associati alla propria reputazione e da quali fonti provengono e si deve avere l'assoluta necessità e accortezza di avere una buona reputazione. Oggi più che mai la web reputation è un parametro fondamentale per il successo di brand, aziende e professionisti. Prima di acquistare un servizio o un prodotto, in fase di pianificazione di un viaggio, nell'orientamento al voto durante le elezioni, gli utenti verificano sempre di più i feedback e le recensioni presenti nella rete internet. Con la diffusione di blog e forum, la nascita di piattaforme di recensioni e con l'avvento dei social network, gli utenti stessi hanno la possibilità di creare e diffondere informazioni rapidamente, ma anche di esprimere giudizi positivi o negativi su argomenti di ogni tipo, esaltando o denigrando la reputazione, la solidità, l'affidabilità di un'azienda o di un professionista.

Tali contenuti e condivisioni contribuiscono a formare a loro volta l'opinione di altri utenti, esponendo aziende, brand e personaggi pubblici a elogi o critiche, e quindi a una vulnerabilità costante. Chiusure, infatti, può essere soggetto a citazioni poco gradevoli, negative, ma anche vittima di diffamazioni e attacchi alla propria reputazione. Perciò è opportuno tutelarsi e tenere sotto controllo quello che si dice di noi sul web. Non curare al meglio la propria presenza su internet, trascurando siti ufficiali e profili social, ignorando gli utenti, reagendo lentamente o con approcci non idonei a situazioni potenzialmente delicate, può innescare meccanismi altamente negativi e autodistruttivi.

Monitorare e analizzare tutte le fonti che citano il proprio nome o il proprio brand è oggi una attività da tenere sempre in funzione. Per valorizzare il proprio operato e consolidare la propria immagine bisogna assolutamente puntare ad una strategia di web reputation efficace, composta dal giusto mix di contenuti e attività ad alto engagement, pensati e realizzati per ottenere visibilità sui motori di ricerca e stimolare il passaparola degli utenti sui social media.

MA PERCHÉ OGGI SI PARLA TANTO DI WEB REPUTATION?

Perché finalmente si sta comprendendo che quello che prima si credeva, o meglio, si definiva il mondo virtuale di internet è in realtà il mondo reale e che l'online è la vera realtà. A differenza