

SOCIAL: CONSIGLI E OPPORTUNITÀ

Governare il web 2.0 è oggi fondamentale per il business.

Qualche dritta per costruire una solida immagine digitale

Elisa Terraneo

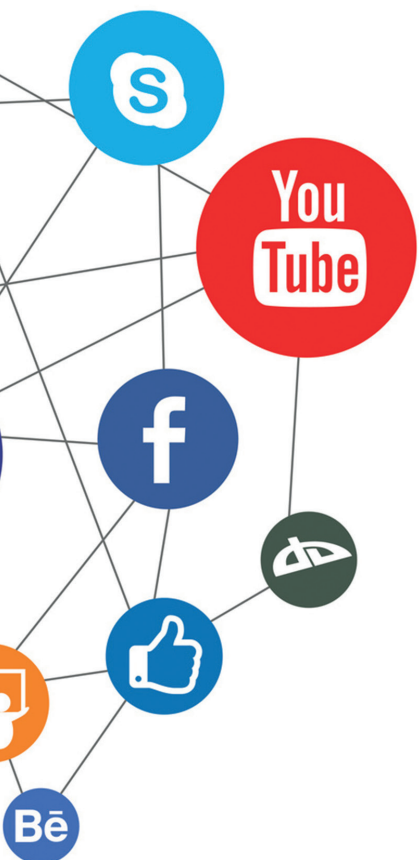
LDIGITALE e i social network stanno ormai invadendo la quotidianità di tutti, non solo nella vita privata. Distinguere tra identità personale e professionale online sta diventando sempre più una sfida, i profili social parlano sempre più di un "io" che dice molto di sé, indipendentemente dal ca-

nale utilizzato. Che sia Facebook o LinkedIn, parliamo di noi, del nostro lavoro e a volte della nostra azienda. Dietro a questa attività di condivisione c'è il cosiddetto Timbro digitale: da un lato l'Impronta digitale, ossia tutto ciò che consapevolmente pubblichiamo nel web, ciò su cui abbiamo il controllo. E una seconda

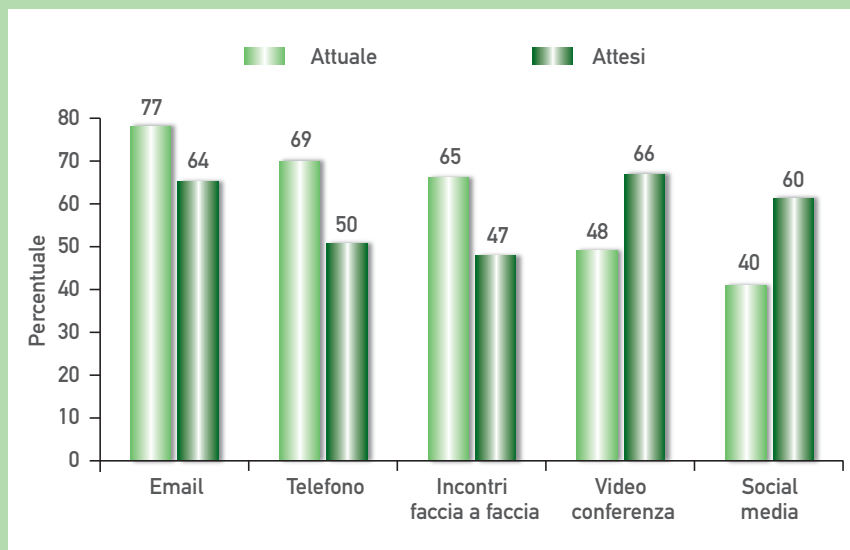


parte, spesso dimenticata, l'ombra digitale, ovvero ciò che le altre persone postano e dicono di noi.

Il Timbro digitale può riguardare se stessi ma anche l'azienda. Infatti, sui social network la voce dell'azienda è nelle mani dei dipendenti che condividono pensieri e idee che contribuiscono a creare l'immagine dell'azienda. Per questo è sempre più importante avere doti comunicative e digitali solide, per costruire una propria immagine social in grado di trasformarci da persone che pubblicano concetti a influencer con una reputazione tale da essere seguiti,



I CAMBIAMENTI ATTESI NELLA COMUNICAZIONE BUSINESS NEI PROSSIMI TRE ANNI



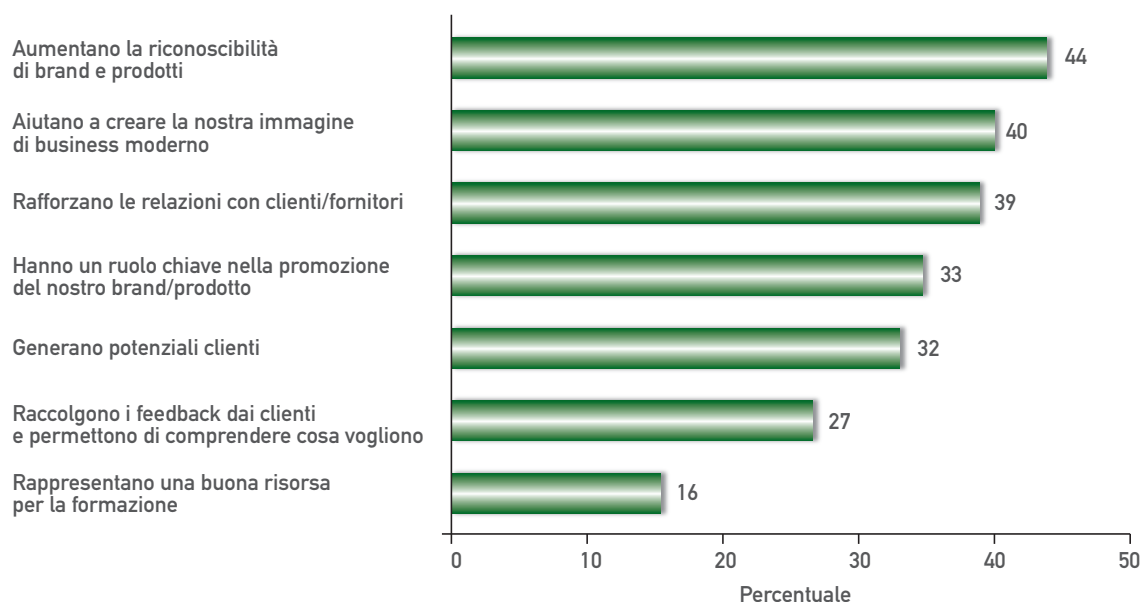
ascoltati e presi come riferimento. La rivoluzione sociale in corso dimostra infatti come i social media diventeranno il canale di comunicazione standard per molti business. I rispondenti a uno studio realizzato da EF con Michael Hulme, professore alla Lancaster University e direttore del Social futures observatory, intitolato "The rise of the Linguarati", sostengono che il mix di canali di comunicazione delle aziende cambierà nei prossimi tre anni, con più comunicazione virtuale (social e videoconferenze), che sostituirà quella fisica, telefonica e persino quella via email. La comunicazione virtuale diventerà sempre più presente nella vita privata e lavorativa:

quest'ultima oggi è più trascurata ma rappresenta un potente mezzo se sfruttato a dovere. Perché è indispensabile essere consapevoli di come e cosa pubblicare sui propri profili professionali? Perché è lì che ci ascoltano i colleghi, i capi e i clienti.

Avere una proprietà di linguaggio adeguata al contesto è da sempre una regola d'oro e anche nel caso dei social questo è un must, forse più che in altri contesti. Tutto quello che passa dalla parola scritta è delicato e soggetto all'interpretazione altrui, ancora di più quando vogliamo raggiungere interlocutori lontani, in altri paesi.

Ecco tre consigli utili per costruire la propria presenza sui social.

CAMBIAMENTI DETERMINATI DAI SOCIAL MEDIA NEI CONTESTI PROFESSIONALI



1 Capire il web & condividere

Quante volte capita di dover pubblicare un aggiornamento su LinkedIn condiviso da un capo che si trova negli Stati Uniti o qualsiasi altra parte del mondo? Magari uno di una lunga serie e quindi la scelta ricade facilmente su un banale "share" invece di preparare un post dedicato, con la propria opinione a riguardo, pensata per il proprio network. Elaborare il concetto dall'inglese, lingua d'origine della maggior parte dei contenuti che popolano il web, è essenziale per costruire la propria reputazione. Ma non solo. I contenuti più innovativi, quelli che ispi-

rano e danno spunti nuovi, sono sui siti d'oltreoceano. Vuoi perdere la possibilità di essere un pioniere e avere un profilo che punta all'innovazione?

2 Controlla i tuoi profili

I nostri profili social hanno bisogno di continua attenzione e aggiornamento. Più si è visibili al proprio network più loro conoscono di cosa vi occupate e più facilmente entreranno in contatto con voi o vi ricorderanno per qualche motivo, cosa che potrà portare a opportunità di lavoro, quindi potenziali profitti. La chiave è l'attenzione.

3 Cura i contenuti

Spesso non ci curiamo delle fonti e semplicemente clicchiamo "share" rischiando grandi scivoloni.

La prima regola è sempre quella di valutare e ponderare la fonte dell'informazione che decidiamo di condividere e, per fare questo, è indispensabile conoscere una lingua internazionale che ti permetta anche di ampliare il numero di fonti da cui attingere. Un tratto distintivo delle persone a cui diamo credibilità in rete è proprio quello di diffondere sapere, come farlo senza poter interagire con le fonti internazionali? ■