

INTERNET, DA PAZZI NON APPROFITTARNE

Ci siamo quasi. Via dai pc e dalle scrivanie, si torna “tra i banchi”, al Palacongressi, venerdì 16 e sabato 17 per il Be-Wizard 2012, la quarta edizione, uno degli eventi più interessanti a livello nazionale su Web Marketing e dintorni. Perché se è vero, ed è vero, che non si finisce mai di imparare, appare quasi superfluo dire quanto questo principio valga per le nuove tecnologie. Il mondo cambia. Velocemente. Anche troppo forse. Ora, chi conosce le proposte formative che circolano in questi ambienti, sa benissimo due cose: che di “guru” la rete è stracolma (come riconoscere quelli giusti?) e che quando si parla di costi (all’ora, sessantaminiuti) siamo di fronte a cifre spesso proibitive in particolare se occorre andare chissà, magari, a Milano o Roma. Allora date un’occhiata al programma del Be-Wizard! (il punto esclamativo è parte integrante della denominazione aziendale). Sbirciate il profilo dei relatori, fate qualche ricerca in rete, traete pure le conclusioni. Titanka! (non sappiamo come) compie un mezzo miracolo. Per questo ci sentiamo di dire. Andate. Per i residenti (in particolare) è un’occasione imperdibile. Ne approfitteranno gli imprenditori locali? Speriamo. Soprattutto quelli del turismo. Magari ingoiando qualche piccolo rospo (non a tutti sta “simpatico” il Palacongressi) o bypassando temporaneamente qualunque altra causa crei disagio sulla pelle.

Ma veniamo al dunque. Tra i vari argomenti che verranno affrontati al Be-Wizard c’è quello della “reputazione on line”. **Enrico Pozzi** (foto), ideatore e coordinatore dell’evento, ne ha parlato con la *Piazza online*. Abbiamo pensato di rivolgergli tre domande basilari.



Enrico Pozzi

Allora, prima di tutto, che cosa si intende per “reputation on line”?

La reputazione online è l'immagine che emerge dalla rete su un'azienda, una persona, un prodotto, un brand. I dati dimostrano come questa immagine influenzi le scelte dei consumatori e in generale di tutti coloro che si relazionano con il soggetto in questione e tale influenza può arrivare a vanificare gli effetti delle più elaborate e costose campagne di marketing.

Quali sono i principali rischi che oggi si corre in particolare per il segmento business?

I cosiddetti “rischi della rete” sono troppo spesso oggetto di “stampa sensazionalista” che punta più a colpire l'attenzione dei lettori spaventandoli anzichè fare vera informazione. Distingueri il piano della sicurezza informatica e della privacy, da quello della reputazione e della tutela del brand: la rete è una proiezione della realtà offline e i rischi sono analoghi a quelli che un imprenditore o un qualsiasi cittadino corre nella vita di tutti i giorni. Il timore nell'utilizzo della carta di credito è tra i più duri a morire, ma le cose stanno cambiando anche grazie al progressivo affermarsi delle carte prepagate. Pensiamoci sopra: una carta bancomat di

solito viene clonata nella realtà off-line (al supermercato, allo sportello bancomat...), se un pericolo si annida in rete invece sta nel comportamento "leggero" o improvvido del navigatore che a volte cede le sue informazioni alla leggera. Nel caso della reputazione online invece c'è una differenza sostanziale: nella rete i contenuti, positivi o negativi, permangono nel tempo (i latini dicevano "verba volant, scripta manent"), pertanto il peso delle informazioni viene amplificato. Tuttavia chi si illude di "limitare i danni" tenendosi alla larga dalla rete non considera che essa parla di noi anche se non lo vogliamo o non lo sappiamo: i consumatori, i nostri clienti sono già in rete... spesso però manca la voce ufficiale delle aziende, capita spesso di incontrare realtà totalmente allo scuro di feedback positivi e negativi sul proprio conto, una vera miniera d'oro che non viene sfruttata. La soluzione è monitorare, ascoltare e partecipare!

Per i nostri lettori, stili, se esiste, un decalogo sulla sicurezza.

Volentieri. Dal punto di vista della sicurezza informatica è fondamentale, prima di fornire dati sensibili a chichessia, porsi delle domande e, nel dubbio, informarsi meglio. Oggi dopo anni di informazione non dovremmo più parlare dei problemi derivanti dallo scaricare programmi eseguibili sconosciuti, in realtà molti inconvenienti derivano anche in questo caso da comportamenti scorretti: basterebbe applicare alla rete un decimo dell'attenzione che prestiamo online e molte problematiche sarebbero risolte per sempre. Uno dei pericoli più comuni, il Phishing, si basa proprio sulla tendenza degli utenti a dare troppa fiducia a mail pseudo-ufficiali da parte di realtà che si spacciano per istituti di credito, imitandone la comunicazione e la grafica...ma chi si azzarderebbe a fornire nella vita reale l'accesso al proprio conto bancario al primo passante ben vestito che si spacciasse come impiegato di banca? Dal punto di vista della reputazione

online le regole sono quelle accennate poco fa, non nascondere la testa nella sabbia e affrontare la questione senza indugi: monitorare, monitorare, monitorare. Conosciamo tutti un ottimo strumento gratuito per ricavare informazioni sul nostro conto, Google Search. Perché non partire da quello? In generale la regola d'oro sempre valida è quella di tenersi informati e affidarsi a persone più esperte di noi.

Domenico Chiericozzi

@Riproduzione riservata

Nelle foto sotto due attesissimi relatori: dall'Italia **Paolo Zanzottera** amministratore delegato di Shynistat e dall'Australia **Jeff Bullas**, annoverato tra i top 10 bloggers internazionali.



Paolo Zanzottera



Jeff Bullas