



## M MAGAZINE

### ▲ Dossier

Digital Marketing

Micromarketing

Net Marketing

Marketing sociale

Sport Marketing

Design World

Associazioni

### ▲ Osservatorio

Dalla redazione

Focus & Trend

### ▲ Info e news

Agenda

Rassegna stampa

Formazione

Eventi

Job opportunities

News online

Libreria

Azienda online

M CHANNEL

M DB SERVICE

## Osservatorio Dalla redazione Visti dalla Rete

### *I manager e la loro immagine*

Tempo fa il commediografo **Thornton Wilder** affermò: "non c'è niente di meglio che l'ascoltare di nascosto per comprendere come il mondo fuori dalla tua testa sia differente dal mondo dentro la tua testa".

E' questa la prima cosa che fanno alcuni **manager** d'oltreoceano, non appena arrivano al mattino in ufficio: **cercare** in Google il **nome** proprio o della **propria società** per scoprire se è stato pubblicato qualcosa di nuovo a proposito: non c'è modo migliore per comprendere se si delineano **potenziali problemi** o per scoprire **nuovi reclami** dei clienti.

È quanto afferma un articolo di **USA Today** del 28 dicembre scorso. Questa pratica non riguarda solo gli **amministratori** delle società, ma è comune anche tra i **politici** e i **giornalisti**, tanto da meritarsi una denominazione: **ego surfing**.

Non si tratta di un compito facile: secondo **Search Engine Watch** ogni giorno ci sono da **25 a 50 milioni** di **ricerche** che utilizzano **nomi propri** e in alcune aziende è diventata una vera e propria mansione: alcuni **responsabili della comunicazione aziendale** hanno assegnato a questo compito del personale dedicato.

### Un modo semplice per restare aggiornati

Esiste un servizio di **web intelligence**, chiamato **Google Alert**, che automatizza il **monitoraggio online** dei propri interessi: una volta impostata una **chiave di ricerca**, si ricevono notifiche via mail di nuovi documenti non appena appaiono online.

Alcuni **manager** utilizzano questo servizio per tener traccia della propria **reputazione** o monitorare i **propri concorrenti** impostando come chiavi di ricerca il nome proprio o di altri, l'indirizzo del sito web, il nome delle aziende.

È un ausilio importante, dal momento che la quantità di testi presenti su Internet sul conto proprio o della propria azienda può essere notevole, come nel caso di **Marco Tronchetti Provera** (21300 documenti trovati con Google) o di **Luca Cordero di Montezemolo** (62600 documenti).

Normalmente le cifre sono inferiori, come nel caso dei "soli" 1680 documenti per Umberto Quadrino, presidente Edison e 894 pagine per Giovanni Perissinotto, AD del Gruppo Generali.

Un altro interessante servizio è quello proposto da **Feedster** con Ego Feed, che permette di effettuare una **ricerca** sul proprio nome, cognome e blog all'interno della **comunità dei blog** registrati sul servizio.

### Un nuovo strumento per un vecchio obiettivo

Le aziende dell'era moderna hanno sempre seguito, attraverso una **rassegna stampa**, ciò che si afferma su di loro: la novità introdotta da **Internet** riguarda la possibilità di trovare non solo delle opinioni "istituzionali", ma anche **considerazioni** di chi non è né pagato né obbligato ad esprimersi, e quindi anche di **clienti potenziali** o **attuali**. Quest'ultimo filone di analisi è estremamente importante per l'**immagine dell'azienda**, ma, sebbene negli **Stati Uniti**, in **Francia** e in **Gran Bretagna** sia un argomento esplorato con successo da alcuni anni, in **Italia** solo ora trova interesse.

Il vantaggio evidente è di comprendere le tendenze in atto, scoprire i problemi e la loro gravità, capire quelle necessità che sembravano secondarie, ma che a parere degli utenti sono fondamentali. A differenza dei sondaggi, le opinioni non sollecitate, come ad esempio quelle provenienti dai forum su Internet, hanno il pregio di provenire da una cerchia di **utenti** che **utilizzano** davvero i **prodotti** o i servizi di un'azienda, e pertanto sono da considerarsi più qualificati di altri nell'espressione della loro opinione.

Stefano Bonacina  
stefano.bonacina@intelligrate.it

CERCA  VAL

## INDICE

- ▶ *I manager e la loro immagine*
- ▶ *Accessibilità dei siti web*
- ▶ *San Valentino for...real web lovers*
- ▶ *La GD europea non vende online*
- ▶ *Merry x-Mas...Happy Marketing!*
- ▶ *Maremoto, la solidarietà corre sul web*
- ▶ *Ricerche online per MSN*
- ▶ *La GDO è finita...nella Rete*
- ▶ *Banche online, cambiano gli utenti*
- ▶ *La comunicazione pubblicitaria online*
- ▶ *Halloween a tutto marketing*
- ▶ *Marketing, contagio da eurofebbre*