

# NAVIGO, VERIFICO LA MIA FAMA E POI AGGIUSTO IL TIRO

Negli Usa sono tantissimi i manager che ogni giorno contano quante volte vengono citati su Internet. Non per vanità, ma per modificare le strategie aziendali e personali per tempo. E controllare i competitor.

di ROSSELLA IVONE

**S**i chiama ego surfing e va di gran moda nelle stanze dei bottoni delle aziende d'Oltreoceano, dove molti manager passano gran parte del tempo a cercare quante volte e su quali siti vengono nominati. I ceo americani ne hanno fatto uno strumento di lavoro per trovare un segno della propria presenza sul web, monitorare i concorrenti, aggiornarsi sulle opinioni che la gente ha di loro e dell'azienda che guidano. Una tendenza dilagante che per molti dirigenti è diventata la prima attività della giornata, mentre altre imprese hanno delegato questo compito ad appositi uffici di pubbliche relazioni e comunicazione.

Secondo la Search Engine Watch, società che si occupa di monitoraggio sul web, negli States sarebbero tantissimi i nu-

meri uno e gli addetti alla comunicazione che fanno ego surfing ogni giorno. «Internet è ormai diventata la cartina di tornasole delle opinioni della gente» afferma Stefano Bonacina, director di Intelligrate, società di servizi di intelligence per il miglioramento dei processi aziendali. «Il web, dunque, diventa importante per carpire le nuove tendenze in atto, senza contare che le opinioni che vi si trovano hanno il pregio di provenire da una cerchia di utenti reali dei prodotti, ma anche dell'immagine dei numeri uno aziendali, e per questo sono da considerarsi più qualificate». E le sorprese non mancano.

**DELLA VALLE BATTE MONTEZEMOLO.** Lo sa bene Steve Ballmer, a.d. di Microsoft, che ha scoperto, attraverso una ricerca commissionata da *Usa Today* a Dogpile, società specializzata nelle analisi online, di essere protagonista di un video intitolato *The monkey dance* in cui cerca di motivare i propri dipendenti, agitandosi e cantando. Mentre Bill Ford, alla guida dell'omonima casa automobilistica americana, per ben 72 volte viene menzionato in blog e forum online come il «Buddha di Detroit», vista la sua passione per la cultura orientale. Tante sorprese anche nella ricerca dei nomi di alcuni top manager italiani: Diego Della Valle, per esempio, batte Luca Cordero di Montezemolo con 577 mila citazioni a 99.300, mentre il primo link che riporta il nome del finanziere Stefano Ricucci è Gossipnews ([http://www.gossipnews.it/tv/renzo\\_lucia/4.shtml](http://www.gossipnews.it/tv/renzo_lucia/4.shtml)), come dire che all'opinione pubblica interessa di più il suo legame con Anna Falchi che non le sue operazioni finanziarie. «Fare ego surfing è deprimente» ammette Ford «ma utile». E se fatto attivamente, cioè se si interviene rapidamente a modificare le opinioni su di sé o sui prodotti, può trasformarsi addirittura in un vantaggio competitivo. ■

