

A Natale siamo tutti più social

Pubblicato: Lunedì 10 Dicembre 2018



Federmanager Varese, con la collaborazione di Banca Fideuram, organizza per la serata di **giovedì 13 dicembre** la consueta **cena di Natale per i propri associati**, divenuta ormai una tradizione di fine anno per i dirigenti in servizio e in pensione che partecipano numerosi per condividere un momento di aggregazione tra colleghi e familiari e per raccogliere fondi destinati ai progetti di volontariato.

L'evento, che si terrà **al Museo d'Arte Contemporanea MAGA di Gallarate**, consiste in una **cena con guest speaker** e nella **visita guidata alla collezione permanente ed alla raccolta temporanea del museo**, costituite da più di 5.000 opere tra dipinti, sculture, disegni, installazioni, ceramiche, libri d'artista, opere multimediali, fotografie, oggetti di design e opere di grafica collocate tra la metà del Novecento ai giorni nostri, che rendono il momento culturale di quest'anno di interesse rilevante.

«Quest'anno – spiega il **Presidente Eligio Trombetta**– l'evento sarà reso ancora più coinvolgente dalla presenza di un guest speaker di particolare rilievo nel mondo della comunicazione digitale e industria 4.0: **Matteo G.P. Flora, fondatore di The Fool**, la società leader per lo sviluppo e tutela della reputazione di manager e personaggi pubblici sui social media e negli Asset Digitali”.

Matteo G.P. Flora, Esperto in Digital Reputation e Computer Forensics è CEO di The Fool, la Digital Reputation Company italiana dedicata al Monitoraggio, Analisi, Moderazione, Gestione e Tutela Legale della Reputazione e degli Asset Digitali. Selezionato del Dipartimento di Stato Americano nell'ambito del progetto di cooperazione IVLP (International Visitors Leadership Program) che premia personaggi nel mondo che possono portare maggiore consapevolezza e cooperazione tra gli Stati Uniti e l'Italia,

Dirige la Holding Tecnologica Samadhi, è mentor dell'Incubatore LUISS ENLABS, socio co-fondatore del Centro Studi Hermes per la Trasparenza e Diritti Umani Digitali e membro del Comitato Scientifico dell'Osservatorio Italiano Privacy e Sicurezza IT oltre che Professore a Contratto in "Open Source Intelligence" nell'ambito del Master di II livello in "Intelligence Economico Finanziaria" dell'Università degli Studi di Roma "Tor Vergata" e Docente IED in "Brand Reputation. Tiene una seguitissima video-rubrica giornaliera in cui parla di Propaganda Digitale e di come la Rete ci cambia.



Gli abbiamo chiesto cosa si intende per Web Reputation:

«Con il termine "Web Reputation" si intende l'**opinione che viene costruita, attraverso la rete, rispetto a un brand**. Che può essere la marca che fa capo a un'azienda o il nome di un libero professionista.

La web reputation è una funzione che contempla diverse linee da seguire e contemplare.

Sul Web, ovviamente, la Reputazione si costruisce attraverso le conversazioni che avvengono sulle varie piattaforme di Social Media da parte degli utenti e vanno ad integrare la Comunicazione Corporate fatta dai singoli.

Obiettivo? Comprendere l'opinione che il pubblico ha di un bene o un servizio per prendere decisioni strategiche e agire in modo da influenzare al meglio. Mentre altre attività che fanno parte della tua strategia di web marketing possono essere collegate a conversioni immediate e dirette.

Secondo il World Economic Forum la Web Reputation impatta per almeno il 25% del valore complessivo del Brand e saperla gestire è fondamentale per chiunque approcci questo settore».

Perché è così importante per un Dirigente?

«"Ci vogliono vent'anni per costruire una reputazione: bastano cinque minuti per rovinarla", cit. Warren Buffet. "La reputazione, la reputazione, ho perso la mia reputazione! Ho perso la parte immortale di me

stesso; resta solo la parte bestiale!”, cit. Otello, Shakespeare.

Una buona reputazione non è un caso. Certo, c’è chi ha doti innate di leadership, chi ha un carisma naturale, chi ha fatto della credibilità un suo costume abituale. Ma **la costruzione di una buona reputazione, solida e durevole, è un lavoro sofisticato**, a tavolino, che richiede studio e applicazione, pianificazione e un instancabile rigore. Lo sanno bene i grandi manager che dedicano almeno un terzo del loro tempo a definire con i più stretti collaboratori la strategia per accrescere il riconoscimento da parte dei dipendenti, azionisti e stakeholders in genere. Pianificano nel dettaglio le azioni e il modo di presentarsi e rappresentarsi in pubblico. E non temono di misurare periodicamente lo stato di salute della propria reputazione.

Al giorno d’oggi, le persone passano la maggior parte del loro tempo sui social network, che sono ormai diventati le piattaforme di vendita e visibilità per eccellenza; l’essere presenti su tali canali permette di raggiungere nuovi acquirenti in tempi molto più brevi e d’andare a trovare con maggior precisione l’acquirente più adatto per il proprio prodotto o servizio. Il mancato presidio dei social network comunica assenza, inesistenza, irrilevanza, obsolescenza fino a mancanza d’affidabilità. Proprio per questi fattori è molto importante essere presenti sui social, seguendo delle regole precise al fine di non incorrere in problematiche che possono andare a ledere la figura del singolo o quella dell’azienda a cui è correlato».

L’evento è riservato agli Associati Federmanager Varese e a loro graditi accompagnatori.

Per info e prenotazioni è possibile contattare la segreteria di Federmanager Varese telefonando al numero 0332 313198 o scrivere all’indirizzo email comunicazione.varese@federmanager.it.

di Ufficio pubblicità