



PAOLO VALDEMARIN  
(Evector)

**IL GIUSTO MODO PER ENTRARE IN QUESTO MONDO  
PRIMA DI INTERVENIRE SUI SOCIAL NETWORK,  
LE AZIENDE DEVONO IMPARARE AD 'ASCOLTARE'  
LE CONVERSAZIONI E A TRARNE BENEFICIO**

**È** possibile avvicinarsi ai social network senza fare un buco nell'acqua, o peggio, farsi del male spendendo soldi inutilmente oppure causando un danno all'immagine dell'azienda. Come fare lo spiega **Paolo Valdemarin**, titolare dell'azienda goriziana Evector, specializzata nello sviluppo di applicazioni web per le imprese, con filiali in California e in India.

**Qual è il livello di dotazione tecnologica media delle aziende friulane?**

"Rispetto ad altri mercati, soffrono di un certo ritardo nell'adozione di strumenti di marketing orientati al social networking, l'ambito in cui si gioca e si giocherà sempre di più la comunicazione digitale. Questo fenomeno, da un certo punto di vista, è particolare perché, al contrario delle imprese, gli italiani sembrano partico-

larmente propensi ad abbracciare queste stesse tecnologie quando sono a casa. Il ritardo in parte è dovuto alla scarsa propensione all'adozione di nuove tecnologie da parte delle imprese, e in parte legato alla loro dimensione medio-piccola".

**Come si sta evolvendo il sistema dei digital media a servizio del marketing delle imprese?**

"L'esplosione dei social network, come Facebook, Twitter e LinkedIn, ha portato un numero enorme di persone a collegarsi tra loro e a scambiare in modo completamente 'disintermediato' informazioni su prodotti, servizi e aziende. Questo fenomeno accade in modo completamente indipendente dalle aziende stesse.

Il marketing digitale delle imprese deve, in primo luogo, imparare ad ascoltare queste conversazioni e a trarne beneficio, visto che si tratta spesso di un importante

feedback, soprattutto quelle che si rivolgono a un mercato consumer. Una volta sviluppata la capacità di individuare e comprendere queste conversazioni, sarà necessario adottare strumenti che consentano di parteciparvi, l'importante è farlo in modo chiaro, trasparente e pulito".

**Qual è il giusto percorso per un'azienda media per addentrarsi nel mondo dei new media?**

"Il primo passo dovrebbe essere sempre utilizzare questi strumenti all'interno all'azienda. Aprire, per esempio, un blog visibile solo ai dipendenti in cui iniziare a condividere informazioni, conversazioni, sensazioni e commenti sull'andamento dell'impresa e del mercato rappresenta un formidabile mezzo per iniziare a familiarizzare con il linguaggio, senza correre il rischio di fare brutte figure in pubblico. Il passo successivo è quello di aprirsi verso l'esterno, tenendo sempre in considerazione che sono le persone e non le aziende a partecipare ai social network. I clienti o potenziali tali, ovunque siano, oggi vogliono entrare in contatto diretto con le persone che lavorano dentro l'azienda e non sono più interessate a una comunicazione di tipo pubblicitario, anonima e uniforme".