



I social media e la PA

Claudio Forghieri

Internet Better Governance 2011

lo, voi, noi...

Perché?

Promozione

Dei servizi, del territorio, degli eventi.

Serve una redazione organizzata.

Ascolto

Valorizzare l'intelligenza collettiva che si esprime sul social media.

Social Citizen Relationship Management

Integrare le indagini di customer satisfaction, il sistemi di CRM e il monitoraggio dei social media

Emergenze

I social media possono trasformarsi in uno straordinario canale di supporto.

Ma bisogna pensarci prima.

Moltiplicatori

La viralità dei social media è uno strumento straordinario d'interazione.

Una terra promessa ancora da scoprire.

Ambasciate

Le PA investono sui social media come le nazioni aprono le ambasciate.

Coinvolgimento

Il social engagement è sempre più legato ad azioni online che gravitano sui social media.

Quali social media?

Facebook

*21.000.000 di utenti italiani potenzialmente
“viral partner” della PA.*

YouTube

Il modo migliore per far circolare i propri video, ovvero il miglior contenuto viral che esista

Twitter

2.000.000 di opinion maker.

*Il modo migliore per raggiungere il
mainstream*

Flickr e Panoramio

I luoghi migliori per legare le immagini al territorio.

LinkedIn

Per non dimenticare il ruolo del personale interno.

La professionalità è un valore.

Blog

*Raccontare l'azione amministrativa.
Spiegare ai cittadini cosa si vuole fare.*

Come?

Community

Progettare livelli crescenti di coinvolgimento valorizzando le caratteristiche dei canali prescelti.

Rapidità

*Sulle bacheche di Fb e Twitter ogni cosa
diventa vecchia nel giro di poche ore.*

Cogliere l'attimo.

Leggerezza

Un post per un concetto.

I monoliti informativi sono per altri canali.

Personalizzazione

Chi è la PA che sta parlando? Quali profili?

*Il difficile equilibrio fra istituzione e
persone vere.*

Controllo

Per avere successo in termini di interazione e credibilità bisogna rinunciare ad una parte del controllo sui contenuti.

Credibilità

Quale post leggeresti con maggiore attenzione: quello di una PA o quello di un tuo amico fidato?

Lifestream

*Il 90% dei commenti e dei “mi piace” nasce
nella bacheca degli utenti.*

Nessuno visiterà la nostra pagina per caso.

Edgerank

Affinità, tipo di contenuto e tempo.

In un algoritmo il successo di un contenuto.

Nuovi partner

*Blogger, opinion maker della rete,
animatori di community virtuali, video
maker, fotografi, aspiranti giornalisti...*

Esattezza

Se realizzassimo i video come ce li chiedono i nostri colleghi dopo 5 minuti saremmo ancora ai patrocini, collaborazioni e sponsor

Freschezza

*Avere il coraggio di rischiare, imparando
dai giovani.*

Il formalismo burocratico non rende.

Tenendo conto che...

Partecipazione

*Tre condizioni: conoscenza, motivazione,
assenza di limiti.*

*Facebook e Twitter possono solo agevolare
ma non sono LA soluzione.*

Molteplicità

Tanti canali integrati per raggiungere i cittadini e le imprese.

Serve una strategia per la multicanalità.

Confini

Difficile mantenere una chiara linea di demarcazione fra la comunicazione di servizio e quella politica.

Organizzazione

Le persone al centro, non la tecnologia.

Servirà molta formazione, distribuita.

Centrale o diffusa?

La redazione centralizzata valorizza la qualità della comunicazione.

Ma può interagire in modo capillare?

Policy

Per gestire i social, per governare i processi di partecipazione, per garantire la trasparenza dell'azione amministrativa.

Siti istituzionali

FB e Twitter sono il ponte fra i cittadini e le informazioni.

Verso la fine delle “lenzuolate di home page”?

Crowdsourcing

Verso le open call della PA.

Modelli per alzare il livello della partecipazione: ai servizi, alla gestione, alle scelte amministrative.

Valutazione

Non solo amici, followers e views.

*Misurare l'intelligenza collettiva e l'impatto
sull'organizzazione.*

Esempi

Social PA ed emergenze

*I casi di Monza e Genova per comprendere
come si organizza un sistema di presenze
multicanale*

Modelli partecipativi

*L'esperienza di Reggio Emilia per
comprendere cosa può funzionare*

Cittadino attivo

*L'uso dei social media per cooperare con i
cittadini: l'esperienza del circondario
Empolese Valdelsa*

Il social URP

L'uso speciale di FB a Rimini

Concludendo...

Il ruolo della PA deve cambiare.

*Dagli sportelli all'ascolto multicanale ...
senza dimenticare la performance.*

Grazie



claudio @ forghieri.org

facebook.com/claudio.forghieri

twitter.com/cforghieri