

LUNEDÌ 08 APRILE 2013

[HOME](#) » [Media](#) » Rai, vale 90mila euro la web reputation di Gubitosi

STRATEGIE

Rai, vale 90mila euro la web reputation di Gubitosi

Indetta una gara per l'affidamento del servizio di valutazione e gestione della "reputazion management. Richiesti report quindicinali e attività di "web washing"

di Antonello Salerno



“Buona reputazione vale più di gran ricchezza”, dice il saggio in un antico proverbio pensato dai massimi dirigenti della **Rai** quando hanno deciso di indire una gara per la web reputation dell'azienda e dei suoi vertici. Il termine per la presentazione delle offerte è fissato per il 15 novembre. Il servizio - intanto per un anno - sarà aggiudicato con il criterio dell'offerta economicamente più vantaggiosa, ed è stato ideato per monitorare costantemente cosa si dice “nella rete”. La gara è stata annunciata dalla **Maria Tarantola**, e del direttore generale, **Luigi Gubitosi**.

A chi avrà la voglia e la forza di cimentarsi in questa sfida, difficile ma senza dubbi, sarà richiesto un set di requisiti da presentare già in sede di progetto: dall'individuazione delle fonti di monitoraggio quotidiano e di analisi quantitativa e qualitativa dei dati raccolti, ma anche dei contenuti in modalità multicanale (dai siti personali ai profili professionali), dai social network, newsgroup telematici, forum, siti di informazione indipendente, al publishing multimediale, youtube, GoogleVideo e Flickr.

L'azienda si aspetta da chi si aggiudicherà la gara che vengano evidenziati i contenuti critici, anche facendo ricorso a strumenti di analisi del “sentiment” ai commenti in rete, che i “siti ospite” siano catalogati con un indice di rilevanza e che ci sia la possibilità di ottenere informazioni sulle questioni più critiche. Tutto questo per arrivare a report quindicinali o mensili che evidenzino con chiarezza le tendenze statistiche e le linee del presidente e del direttore generale, almeno nella fase iniziale, e segnalando i rischi più significativi.

Una volta evidenziati tutti i contenuti o gli ambiti “critici” arriverà il momento del “web washing”, per togliere le macchie dalla reputazione per forza di cose aggressivo, ma adeguato alle esigenze: dalla presa di posizione ufficiale dell'azienda a rettificare informazioni non corrette, a fornire informazioni più complete e che quindi si prestino meno a essere fraintese, fino agli strumenti “proattivi” che attivano, o moderano, le discussioni sui social media, lo sviluppo della link popularity, e strumenti più tradizionali come i comunicati stampa e le tecniche di moderazione.

Il tetto massimo dell'offerta stabilita dall'azienda per la gara è di 90mila euro onnicomprensivi, Iva esclusa.

TAG: [luigi gubitosi](#), [anna maria tarantola](#), [web reputation](#), [web washing](#), [rai](#)

Quotidiano online d'informazione sull'ICT: notizie, approfondimenti e analisi sul mondo dell'Information Technology, il digitale nella pubblica amministrazione, i nuovi media, le telecomunicazioni e la sat economy.

[MAPPA DEL SITO](#) | [CHI SIAMO](#) | [CONTATTACI](#)