

Attualità

Digital Innovation Day: i protagonisti della comunicazione si confrontano

9 Aprile 2014

L'Agenzia delle Entrate ha portato la sua esperienza su come è riuscita a tessere un filo diretto con i contribuenti attraverso l'utilizzo delle innovazioni tecnologiche



Multicanalità, *digital innovation* e *digital journey*. Questi gli *hashtag* al centro del *live talk* che si è tenuto ieri nel corso del “*Digital Innovation Day 2014*”, con l’obiettivo di stimolare un confronto tra aziende e amministrazioni pubbliche sulla costruzione di strategie di *marketing* efficaci, basate su una conoscenza approfondita della propria clientela/utenza, e sull’utilizzo delle più recenti innovazioni tecnologiche per offrire una comunicazione personalizzata *cross-channel*.

I protagonisti della *digital transformation* e della multicanalità hanno dato vita a un dibattito per elaborare idee innovative e trovare valide soluzioni per rispondere a tutte queste domande. Insieme a Sergio Mazzei, capo Ufficio stampa dell’Agenzia delle Entrate, sono intervenuti Pietro Giliberti, responsabile Online communication del dipartimento Comunicazione istituzionale della regione Lazio, Luca Lucchesi, responsabile Comunicazione multicanale dell’Enel, Alessandro Musumeci, direttore Sistemi informativi delle Ferrovie dello Stato, Fabrizio Petrera, responsabile Media management di Telecom Italia.

La discussione si è aperta raccogliendo il punto di vista di tutti i partecipanti in merito alla *digital innovation* e all’impatto delle più recenti innovazioni tecnologiche sull’offerta di servizi e sulle proprie strategie di comunicazione.

“Ascolto” è stata la parola chiave alla base delle esperienze raccontate.

Erogare servizi vicini alle esigenze degli utenti, personalizzare i contenuti trasmessi in base ai

target di riferimento, differenziare i canali a disposizione dell'utente è la sfida che accomuna settore pubblico e privato.

In particolare, l'Agenzia delle Entrate ha fatto dell'approccio multicanale una vera e propria strategia di relazione con i contribuenti e ha investito per migliorare la comunicazione circa le proprie attività e i servizi offerti, affiancando ai canali tradizionali i cosiddetti *new media*, che hanno consentito di potenziare la diffusione delle informazioni trasmesse.

Sergio Mazzei, parlando di *digital journey* e del valore della tecnologia, ha presentato il percorso innovativo seguito dall'Agenzia negli ultimi anni. Si è discusso di come "approdando" sui *social network*, con l'utilizzo di *YouTube* e *Twitter*, le Entrate siano riuscite ad attivare una comunicazione diretta con i contribuenti, mettendosi in discussione sullo stesso terreno del cittadino medio. Ora il Fisco parla apertamente, senza veli, ed esibisce in video i volti dei suoi esperti.

Grande interesse ha suscitato il racconto di come l'Amministrazione finanziaria abbia colto la necessità di agire sui comportamenti dei cittadini e di poterli in qualche modo anticipare.

Il lancio su *YouTube* e *Twitter* è stata per l'Agenzia un'esperienza concreta dell'adozione della metodologia *behavioural*.

In un momento difficile, fatto di tensioni e di minacce tangibili, cioè nel momento di più basso livello di proiezione del Fisco all'esterno, applicando in maniera indiretta il metodo del *behaviour economics*, si è riusciti a contenere e a bilanciare questo impeto anti-amministrazione.

Un esempio è dato dall'utilizzo di *Twitter*. Tra le reazioni iniziali degli utenti alla notizia non è mancata certamente l'ironia, ci sono stati anche commenti molto simpatici del popolo *social*.

Federico, ad esempio, ha scritto: "*L'unico follower che nessuno vorrebbe @Agenzia_Entrate*". Veruska invece ha twittato: "*Occhio che spiano quanto scrivi e ti tassano in base al numero dei caratteri :/*".

Alla base di molti *tweet* c'è però la consapevolezza che l'Agenzia vuole rendere sempre più diretta e trasparente la relazione con i contribuenti, rispondendo in modo tempestivo alle esigenze informative dei cittadini che abitualmente usano la rete come principale canale di aggiornamento.

In ogni caso l'esordio su *Twitter* è stato assolutamente positivo. In una settimana sono stati superati i 4mila *follower* e, a oggi, si contano più di 80 *tweet*, 20 *following* e circa 6.300 *follower*.

Numeri a cui vanno ad aggiungersi quelli di "Entrate in video", il canale *YouTube* dell'Agenzia delle Entrate, che in poco più di un anno ha fatto registrare oltre 400mila visualizzazioni e circa 3.300 iscritti.

La giornata si è conclusa lanciando l'appuntamento al "*Digital Summit*" di Londra, l'evento internazionale più importante nel settore dell'innovazione, che si terrà il 14 e 15 maggio.

di

Giuseppe Mauro

URL: <https://www.fiscooggi.it/rubrica/attualita/articolo/digital-innovation-day-protagonisti-della-comunicazione-si-confrontano>