logo FiscoOggi
Image not found or type unknown

Articolo pubblicato su FiscoOggi (http://fiscooggi.it)

Attualità

Account Twitter dell'Agenzia: settimo compleanno da festeggiare

22 Gennaio 2021

La finestra sul social veicolo di notizie e micro-blogging per eccellenza si consolida come un canale di condivisione e aggiornamento delle news fiscali e delle iniziative istituzionali sul territorio

Image not found or type unknown
immagine con loghi social dell'agenzia delle entrate

Con un pubblico di circa 50mila "affezionati", fin dal principio si è connotato come un prezioso termometro della percezione dell'utenza e un bacino di raccolta delle segnalazioni costruttive dei cittadini.

L'*account* è stato soltanto l'apripista a cui sono seguiti lo sportello *social* dell'Agenzia delle entrate su *Facebook*, il presidio *LinkedIn* e il canale istituzionale attivo su *YouTube.*

Real time news fiscali in 280 caratteri

"*Agenzia delle Entrate, io vi seguo, ma vi prego, non seguitemi*!". Comincia così l'avventura istituzionale sul canale *Twitter*. Un esordio accompagnato dalla risposta ironica degli utenti, indice di interesse ma anche spia di una certa diffidenza verso il Fisco.

Oggi, 22 gennaio, il profilo istituzionale *Twitter* compie sette anni, con un pubblico di circa 50mila "affezionati" e una sinergia sempre più viva con altre realtà istituzionali interessate a offrire, attraverso la piattaforma, un servizio pubblico di informazione rapido e immediato.

La finestra dell'Agenzia sul *social veicolo* di notizie e *micro-blogging* per eccellenza si consolida come un canale di condivisione e aggiornamento delle *news* fiscali e delle iniziative istituzionali sul territorio. Non solo. Fin dal principio l'*account* del Fisco si è connotato come un prezioso termometro della percezione dell'utenza e un bacino di raccolta delle segnalazioni costruttive dei cittadini, utili a migliorare insieme.

Se su *Twitter* il *feedback* dell'utenza è raccolto indirettamente, il profilo istituzionale aperto nel 2014 ha comunque rappresentato un banco di prova significativo per cogliere la sfida ancora più ambiziosa per un'Amministrazione complessa come quella fiscale: l'interazione *one to one* con gli utenti. Il profilo *Twitter* si propone, infatti, negli anni come un canale istituzionale sostanzialmente unidirezionale e orientato all'informazione lampo con *landing page* di approfondimento contenute in 280 caratteri.

Eppure, attraverso un ascolto attivo delle esigenze dei fruitori, apre la strada al lancio di un vero e proprio sportello *social*: #EntrateinContatto su *Facebook*. Nato nell'estate del 2016, attraverso lo sportello *online* la dimensione bidirezionale della comunicazione veicolata sui *social* si rafforza. Oggi l'Agenzia dà voce ai messaggi istituzionali e dà linfa alla relazione con gli utenti con un presidio non solo su *Twitter* ma anche sulle pagine *Facebook* – per un'utenza più generalista – e *LinkedIn* – per una platea più professionale, e con un canale istituzionale YouTube, Entrate in Video, con più di 100 filmati *online* per sciogliere i dubbi, evitare errori più comuni e guidare gli utenti con tutorial dedicati ai servizi di più largo interesse.

immagine generica illustrativa
Image by freepik on Flaticon.com

#Covid19, servizi *online* e *alert* anti-truffa tra i cinguettii fiscali più popolari del periodo

I *tweet* dell'Agenzia hanno registrato nell'ultimo anno oltre 1 milione e mezzo di visualizzazioni. In questo periodo, colpito dall'emergenza Coronavirus, i *tweet* fiscali, di tendenza, sono evidentemente quelli legati ad aggiornamenti sulle misure a sostegno delle persone in questo momento storico.

Dai contributi a fondo perduto alle misure contenute nei decreti "Rilancio" e "Ristori", con *tweet* da oltre 100mila visualizzazioni negli ultimi mesi, ai cinguettii legati ai servizi *online*, potenziati in questa fase per evitare ai cittadini di recarsi di persona presso gli uffici.

Dalle guide fiscali sui servizi agili delle Entrate ai video autoprodotti a costo zero per guidare passo dopo passo all'utilizzo di un servizio o alla prenotazione di un appuntamento dall'*app* AgenziaEntrate.

A tu per tu con migliaia di utenti grazie allo sportello social #EntrateinContatto su *Facebook*

Circa 50mila messaggi gestiti grazie allo sportello *social*, risposte entro 24 ore e oltre 123mila persone interessate a seguire la pagina *Facebook* istituzionale. Molte di loro tornano a scriverci più volte, moltiplicando il numero delle interazioni complessive per ciascuna conversazione.

Nato nel 2016 contestualmente al lancio della pagina *Facebook* dell'Agenzia per accompagnare gli utenti alle prese con la novità del canone tv in bolletta, superata la prima fase di *test* del servizio e allargato il ventaglio dell'assistenza al tema della dichiarazione precompilata, lo sportello di prima informazione da più di quattro anni risponde ai dubbi dei cittadini.

Gli utenti inviano le loro domande con messaggi privati via *Facebook Messenger*, il *social media team* dell'Agenzia risponde in giornata ai dubbi di carattere generale. Nel caso di quesiti più complessi, grazie al prezioso supporto di un *team* tecnico, la risposta è fornita entro 5 giorni lavorativi. Soprattutto nell'ultimo anno, segnato dall'emergenza Covid-19, lo sportello *social* si è confermato come un bacino di raccolta di molteplici richieste degli utenti, consolidando non solo la propria funzione cerniera di mediazione e raccordo con le altre strutture dell'Agenzia in casi particolari, ma anche la propria vocazione a prendere per mano gli utenti e indirizzarli verso info e contenuti "fuori tema" che magari da soli non riescono a raggiungere sul sito istituzionale, e illustrando loro i servizi "agili" messi in campo dalle Entrate in questa fase storica. In una cornice socio-economica come quella attuale, infatti, l'Agenzia ha rimodulato la propria *social content strategy*, puntando quasi esclusivamente al racconto dei servizi *online* e delle novità legate all'emergenza Coronavirus.

immagine con i loghi social dell'agenzia delle entrate

5 milioni e mezzo di visualizzazioni per #EntrateinVideo su *YouTube* e 157mila affezionati su *LinkedIn*

L'Agenzia è ormai da nove anni sulla piattaforma di *video-sharing*. Il canale *YouTube* istituzionale, #EntrateinVideo, conta oltre 26mila iscritti e totalizza 5milioni e 400mila visualizzazioni. Fin dal principio, l'orientamento al servizio ha caratterizzato la social *content strategy* dell'Agenzia, con la proposta di video-pillole #scioglidubbi e brevi filmati *tutorial* che spiegano agli utenti come adempiere a un certo obbligo fiscale, illustrano servizi e aiutano a evitare errori. A tale filone si accompagna la produzione di mini-video promozionali in occasione di campagne. I filmati, autoprodotti dal *social media team* delle Entrate, guidano gli utenti negli adempimenti più ricorrenti e illustrano le modalità per accedere ai servizi offerti dall'Agenzia.

Più recente l'approdo su *LinkedIn*, alla vigilia delle nuove regole sulla fatturazione elettronica, con campagne di comunicazione social mirate. In due anni la pagina ha consolidato una rete di 157mila *followers* e fornisce aggiornamenti dedicati a un'utenza più professionale, affermandosi tra le amministrazioni più seguite.

di
Giulia Marconi

URL: https://www.fiscooggi.it/rubrica/attualita/articolo/account-twitter-dellagenzia-settimo-compleanno-festeggiare