

Il web rende disponibile sul web potenziali relazioni con qualsiasi persona o azienda. Solo su Facebook ci sono circa 25 milioni di Italiani e una gran parte delle aziende hanno una pagina social aziendale o addirittura un sito web.

Di fronte a questo oceano di relazioni possibili contano molto i nostri reali interessi. Cosa farsene di questo enorme potenziale di contatti possibili?

Dipende dai nostri obiettivi chiaramente, se hai un negozio ti può interessare trovare potenziali clienti, se sei un giovane in cerca di lavoro ti interessano sicuramente le aziende che possono darti lavoro. Se cerchi collaborazioni professionali, amicizie o lo scambio di idee puoi cercare, partendo dagli amici e dagli amici dei tuoi amici sui social, di commentare i post sulle pagine di queste persone.

Dunque sono i nostri interessi, la loro chiarezza a rendere navigabile il mare di internet. Senza degli obiettivi stabili si finisce per vagare da un social all'altro, da un profilo all'altro, personale o aziendale, senza provare soddisfazione per questa grande possibilità di contatto.

Un equivoco che però sottende molto lavoro di pubblicità della propria azienda, ma questo può succedere anche se si cerca un lavoro o una semplice amicizia, è che basti inviare un messaggio, un post sponsorizzato a un certo target o mettere il proprio curriculum in un sito di annunci di lavoro per avviare una relazione.

Tutto sommato queste ultime elencate sono azioni poco selettive, che possono essere considerate solo preliminari a scelte più definite e soddisfacenti. Sono anche operazioni abbastanza rapide ma il web è molto dispersivo, c'è tanta possibilità di distrarsi e tutti hanno poco tempo. Quindi per un'azienda, leggere dei curricula in un database o per un consumatore leggere un post sponsorizzato può avere una rilevanza molto bassa rispetto ai propri interessi.

Personalmente, nel mio lavoro di ricerca clienti, ma anche nel mio lavoro di condivisione dei miei progetti musicali, ho preferito da tempo rinunciare a post sponsorizzati a invii automatici di messaggi ed email. Pur riconoscendo la rapidità e l'utilità di questi metodi, per gettare ampie reti esplorative di nuovi contatti, trovo questi sistemi un po' alienanti, soprattutto per un libero professionista come me.

I social alleggeriscono le relazioni, le rendono più aleatorie e la distanza fisica può essere colmata solo da una maggiore attenzione verso i contenuti web degli altri

soggetti, che siano i post di un profilo personale o aziendale oppure i contenuti di un sito web.

Solo con uno sforzo continuativo di conoscenza dell'altro sul web, e chiaramente con la cura dei propri contenuti, si può evitare il senso di alienazione che deriva a volte dallo scorrere il nostro diario social pieno di post di amici e conoscenti. Solo un'azienda che risponde a chi gli scrive, personalizzando il più possibile la propria comunicazione verso i singoli clienti o i candidati può rendersi interessante ai loro occhi.

Il discorso vale anche per il tentativo di contattare aziende per un lavoro, l'urgenza di ottenere un colloquio può spingere i ragazzi ad ampliare il raggio il più possibile e mandare candidature tutte uguali.

Al di là dell'efficacia del nostro sforzo di personalizzazione della nostra comunicazione sul web, anche quando persone e aziende non ci rispondono, è la nostra curiosità, la nostra cura e attenzione verso i nostri e altrui contenuti in rete, che può restituire di per sé un buon livello di piacere nell'uso del web e dei social.

Contattami per idee e proposte di collaborazione!