

Svolgere l'analisi dei rischi relativi alla presenza dell'azienda sui social media genera svariati vantaggi. Primo tra tutti, fornisce una visione completa delle informazioni che sono già presenti sui social, dando la consapevolezza degli impatti positivi o negativi sulla reputazione aziendale, così da capire quali azioni svolgere e quali occorre evitare.

L'analisi dei rischi proposta in questo artico-

social media ogni partecipante può leggere e condividere materiale altrui o può fare circolare i contenuti che ha creato, tramite la rete formata da persone. Nel social media si crea una relazione con le persone che vengono coinvolte, creando un ambiente in cui costruire la reputazione e l'autorevolezza dell'azienda. Tramite il content marketing

nicazione, anche solo per evitare che qualcuno parli al proprio posto con la voce sbagliata. I social media diventano un luogo in cui curare la relazione con il cliente, ascoltare le sue esigenze, fornirgli offerte particolari e creare forme di coinvolgimento. Queste domande possono chiarire le motivazioni e le capacità orga-

dere tempestivamente?

- Quali informazioni bisogna comunicare?

L'analisi dei rischi

Innanzitutto bisogna individuare quali possono essere gli stakeholder coinvolti in questa particolare tipologia di rischi. Lo scopo della fase di

I RISCHI DELLA PRESENZA AZIENDALE *sui* SOCIAL MEDIA

La rete internet viene considerata dalle imprese come un veicolo fondamentale per raggiungere i consumatori e creare una propria immagine nel mercato. Spesso però lo stesso web diventa fonte di minaccia, tramite azioni fraudolente o la diffusione non controllata di informazioni dannose per la reputazione

di **ROBERTO MARMO**, professore a contratto presso la Facoltà di Ingegneria dell'Università di Pavia, (www.robertomarmo.net) e autore del libro "Social Media Mining" pubblicato da Hoepli e **GABRIEL SZYMANIS**, socio Anra e titolare di Sfera Management (<http://sferamanagement.com>)

lo segue l'approccio di gestione proposto dalla normativa Iso 31000.

La valutazione del contesto

Un social network è una rete formata da persone collegate tramite una relazione di interesse. Nel

si possono diffondere contenuti ricchi di informazioni che interessano alle persone, tanto da invogliarne la lettura e la condivisione.

Chi ha bisogno di parlare alle persone non può fare a meno di essere presente con adeguate strategie e tecniche per fare marketing e comu-

nizative per la gestione della presenza sui social media:

- Si agisce perché lo fanno tutti, lo fa un concorrente, qualcuno lo consiglia?
- Chi gestisce la presenza online? Quanto tempo impiega e con quali risorse?
- In caso di problemi, si è in grado di rispon-

analisi dei rischi consiste nel generare un elenco con le minacce che possono colpire l'organizzazione.

Di seguito presentiamo un elenco con alcuni esempi:

- **Attacco informatico tramite malware:** un link ingannevole viene diffuso tramite un post contenente, per esempio, un invito a



guardare un video, si viene portati fuori dal social media e si invita a scaricare un software particolare per vedere il video che, in realtà, introduce un malware nel sistema aziendale.

- **Diffusione di dati personali dei dipendenti o collaboratori:** permette a soggetti malintenzionati di elaborare tecniche d'ingegneria sociale, con cui creare messaggi fraudolenti destinati ai membri dell'azienda con l'obiettivo di recuperare chiavi per l'accesso al sistema informativo.
- **Pubblicazione d'informazione riservata:** le informazioni riguardanti l'attività aziendale che possono dare vantaggi ad aziende concorrenti.
- **Utilizzo di immagini di prodotti inerenti all'azienda, in con-**

testi non autorizzati: immagini facilmente riconducibili all'azienda, pubblicate in contesti discriminatori, radicalizzati o soltanto con una visione etica diversa da quella aziendale.

- **Falsi follower o like:** potrebbero sporcare l'immagine aziendale nei social media, fino a causarne la chiusura da parte dei gestori della piattaforma, oltre a creare malumore nei frequentatori reali.
 - **Diffusione di notizie discreditan-**
- con questa tecnica si cerca di determinare il discredito dei prodotti o delle attività aziendali. Risulta difficile, a volte, poter estrapolare queste azioni malintenzionate dalle reali proteste o reclami dei veri consumatori.
- **Epic fail:** pubblicazione di contenuti che

vengono interpretati dalle persone come un grave errore di comunicazione. È importante prevedere azioni immediate di risposta.

Trattamento del rischio

È necessario mettere in atto specifiche azioni per ridurre l'esposizione ai rischi. Qui alcuni esempi:

Azioni di prevenzione

- aumentare la consapevolezza dei dipendenti nella gestione degli accessi e dei tentativi di intrusione;
- definire regole con cui costruire i contenuti per ogni social media;
- sviluppare una strategia di comunicazione per gestire eventuali crisi;
- controllare i contenuti prima di mandarli online.

Azioni di controllo

- usare servizi per verificare la reputazione online dell'azienda e dei dipendenti;
- compiere una verifica periodica degli analytics forniti dalle piattaforme.

Azioni organizzative

- assegnare i ruoli per la gestione della presenza online,
- decidere chi deve reagire in caso di incidente e cosa deve fare,

- organizzarsi per rispondere in poco tempo ai messaggi ricevuti.

Azioni legali

Il documento denominato *Social media policy* deve spiegare ai dipendenti dell'azienda il comportamento atteso e le regole specifiche che si devono rispettare nell'uso dei social media. Alcune parti importanti riguardano:

- il collegamento dei dispositivi personali alla rete aziendale;
- le linee guida per la condotta sui social media;
- il coinvolgimento dei dipendenti nel controllo di contenuti dannosi,
- la definizione del responsabile legale.

La gestione del rischio consente una visione ampia dell'uso aziendale dei social media, che vanno valutati in tutti i loro aspetti e non solo come ambito di marketing e comunicazione. In questo senso non è sufficiente un approccio qualitativo: bisogna prendere coscienza delle problematiche per poter adottare strumenti e procedure adeguati a identificare e controllare i rischi, e implementare contromisure efficaci per contenere i possibili danni.