

L'attività amministrativa deve essere ispirata ai principi di trasparenza e partecipazione. Lo sviluppo di comunità virtuali, la loro proliferazione e l'avvento e la diffusione dei Social network, come, ad esempio, Facebook o Twitter, rappresentano lo sbocco naturale per la partecipazione attiva dei cittadini alla vita pubblica. Ma cosa è una comunità virtuale o social network, come progettarla e che caratteristiche deve possedere? Un social network è una rete di legami finalizzata al business. Le aziende attraverso i social network si rivolgono ad un pubblico variegato dove non tutti sono in possesso degli stessi strumenti espressivi. La comunicazione va modulata, adattata all'interlocutore tenendo conto di chi ci legge. Vanno seguite quindi delle regole ben precise per la costruzione di una comunità virtuale:

STRUTTURA e GRAFICA: è importante scegliere una piattaforma che sia adeguata nella struttura, in base al tipo di community che si intende creare. Una piattaforma che sia il più possibile flessibile nella gestione, il più professionale e accattivante nella grafica, al fine di stimolare l'interesse degli utenti ad iscriversi, a leggere e a partecipare. E' importante cercare di ottenere un impatto il più possibile diretto, ripetendo le informazioni più importanti e collocandole in posizioni strategiche tali da non sfuggire alla vista.

NOME e LOGO: anche il nome e il logo devono essere molto accattivanti e diretti. Non è facile trovarne o crearne di adatti, ma di sicuro deve essere breve e conciso il primo ed invece entrambi devono risultare d'impatto.

IMODERATORI: buoni moderatori sono sicuramente degli ottimi punti di partenza. E' importante che condividano le stesse idee e siano fedeli e affidabili e partecipativi in modo spontaneo alla community. Per sceglierli, se non se ne hanno inizialmente a disposizione, basta osservare la community e che vi partecipa, sarete in grado di riconoscerli.

CREATIVITA' e IDEE: per ottenere successo bisogna innanzitutto avere tanti argomenti interessanti di cui parlare, che non vadano troppo oltre l'off topic, e che i post scritti dai moderatori siano chiari e funzionali. Inserire sondaggi, curiosità e chicche grafiche può essere un buon modo per ottenere visitatori e mantenersi quelli buoni. Quindi è necessaria molta creatività e al contempo avere molte idee.

La PUBBLICITA': La **pubblicità** è la peggior bestia per una community. Collaborazioni con altri siti e forum e lo scambio di banner aiuta molto la pubblicità di una community.

E' quindi importante seguire alcune direttive per imparare a scrivere contenuti nella comunità:

- 1) Fornire informazioni veramente utili e inerenti al raggiungimento dell'obiettivo
- 2) Creare delle aspettative
- 3) Non deludere mai le aspettative create, anzi cercare di eccedere sempre sotto questo aspetto
- 4) Non invadere con troppi contenuti, raccogliendole per temi di interesse
- 5) Stimolare la partecipazione, chiedendola direttamente e coltivandola dove si accende.

Gli aspetti, quindi, che favoriscono lo sviluppo della community sono la possibilità di entrare in contatto e aiutare altri utenti e un appropriato management della comunità. E' per questo che negli ultimi anni, a partire dallo sviluppo di Internet, abbiamo assistito alla creazione di un nuove figure manageriali specializzate nella gestione di questi nuovi canali. Questi nuovi luoghi virtuali di discussione e confronto, hanno reso necessaria la nascita di professionisti in grado di gestire il flusso di commenti e pareri. Tra i profili maggiormente ricercati spicca quello del Community Manager. Il **Community Manager** è quella figura deputata alla progettazione e alla presa in carico totale dell'amministrazione di una comunità virtuale. Più precisamente il community manager deve:

- Ideare la struttura della comunità stessa, a partire da una costante analisi delle esigenze e delle domande effettuate dagli utenti nonché degli obiettivi da raggiungere, arricchendola di strumenti e servizi quali chat, mailing list, newsgroup, ecc.
- Moderare, pensando razionalmente agli argomenti, agli eventi, alle discussioni e alle attività da proporre agli utenti; in questo senso può anche avvalersi di figure di sostegno che lo supportino nella gestione anche a livello relazionale dei partecipanti alla comunità, per far sì che la “convivenza” avvenga nel rispetto delle norme della buona comunicazione e del regolamento da lui stesso ideato a questo scopo.
- Monitorare costantemente tramite feedback ottenuti dall’analisi del traffico di utenti nel sito o ancora tramite questionari, il livello di gradimento e di apprezzamento della comunità in tutti i suoi aspetti.

Alla luce della vasta gamma di mansioni che il **community manager** deve andare a ricoprire, le competenze che tale figura professionale deve possedere sono:

- **comunicative**, per comprendere appieno i messaggi inviati dai vari utenti, fornendo dei feedback appropriati e condividere la conoscenza e al tempo stesso favorire i processi di co-costruzione di questa; sensibilità, leadership, curiosità;
- **organizzative** che gli permettano di gestire i contenuti, organizzare eventi e analizzare i dati statistici derivanti da sondaggi per valutare l’andamento all’interno del sito; una spiccata predisposizione ai rapporti interpersonali, utile per la gestione della relazione con gli utenti presenti affiancate a spiccate capacità decisionali e buone capacità di problemsolving
- **conoscenze di tipo informatico**, per “utilizzare” al meglio la community, modificando ad esempio le funzioni e i permessi nel forum, attivando gli strumenti, al fine di produrre uno sviluppo ottimale e rispondere alle richieste degli iscritti; deve progettare le regole comportamentali dei membri, per riuscire a garantire l’integrità dei commenti e dei contenuti delle discussioni.
- **competenze base di marketing** entrare in rapporto con chi si occupa di management, al fine di individuare e creare nuovi argomenti che potrebbero andare incontro alle esigenze degli utenti. Infine oltre alla cultura generale, deve possedere una buona padronanza della lingua italiana e inglese, delle tecniche di scrittura in Internet e degli argomenti che vengono trattati all’interno della comunità virtuale.

Il percorso accademico non è regolamentato precisamente da un corso di laurea in particolare. Laurea in Lettere e Filosofia, Lingue, Sociologia sono quelle tendenzialmente più utili purché affiancate ad un percorso esperienziale nel mondo del blog e dei forum.

Da tutto ciò derivano alcune caratteristiche peculiari del ruolo:

- I community manager sono sia ambasciatori che avvocati.
- Devono trasmettere la "voce del popolo" , comprendere le esigenze e le intenzioni delle persone interne alla comunità.
- I community manager sono guardie del corpo e protettori. Devono comprendere la differenza tra un punto di vista e una critica. Sapere inoltre quando rimuovere qualcuno educatamente e rapidamente.

- I community manager sanno costruire relazioni. Devono costruire relazioni adeguate, comprendere gli obiettivi della organizzazione, usare i mezzi di comunicazione sociale.

- I community manager creano un team interno per avere un sostegno. Sono in grado di individuare un team che possa rappresentarli, aiutarli, promuovere la community, contribuire con nuove idee e discussioni.

Come misurare l'efficacia e l'impatto delle comunità sulle persone, sulle organizzazioni e sull'operatività quotidiana?

A tal proposito molto importanti sono le comunità virtuali ed in particolare le interazioni dei social network, face book e youtube, dove le aziende hanno spesso fan page dedicate. La gestione dei feedback e la valutazione dei livelli di brand, richiedono che il community manager sia in grado di stilare report adeguati ed approfonditi in merito alle interazioni che avvengono sui blog, news e forum. Fattori spontanei del progetto possono decretarne il successo o fallimento.

Alla luce di quanto detto, delle caratteristiche che una comunità virtuale deve possedere, dell'utilizzo dei social network, del progetto Bat-Forming, che ha come scopo quello di formare e informare i cittadini sulle opportunità di lavoro che il settore Formazione Professionale offre, creando una rete di collegamenti con istituzioni, enti, università e cittadini, al fine di incentivare il dialogo e la partecipazione al progetto, la scelta del community manager risulta fondamentale per la realizzazione del progetto. Costanza e passione, insieme all'amore per il web sono qualità che il community manager deve possedere, insieme ad una strategia che permetta a chi gestisce la rete di seguire uno schema preciso e metodico e nello stesso tempo originale e innovativo e all'utente di ritrovare con una cadenza definita argomenti e rubriche fisse, come se fossero appuntamenti a cui non può mancare.