

DAL WWW AI SOCIAL NETWORK

Multimedialità è la nuova parola d'Ordine

Per rendere la comunicazione istituzionale più performante, il nostro Ordine ha esplorato con successo le principali piattaforme del Web 2.0.

di Federico Molino
Presidente Ordine dei Veterinari
della Valle d'Aosta

Facebook è la principale testimone del Web 2.0. Permette una diffusione di contenuti tecnici e di nicchia come i nostri ad un pubblico più ampio: è quindi un ulteriore strumento di divulgazione di tematiche del settore veterinario. Siamo stati tra i primi Ordini ad avere una pagina Facebook su cui condividere notizie, foto e curiosità. Sulla nostra pagina vengono pubblicate informazioni per gli addetti ai lavori, alternate a foto di pets, immagini di colleghi coinvolti nella loro attività professionale e qualche vignetta ironica sulla nostra professione (input destinati ad un pubblico non professionale). Gli utenti "amici" sono solo un centinaio, ma le persone raggiunte dai nostri post (desumibili dalle statistiche gratuite fornite dalla piattaforma) sfiorano i 2000 contatti. Il nostro Ordine è stato anche il primo ad utilizzare Twitter, una pagina personale in cui si possono postare i cosiddetti tweet (in inglese cinquantii), piccoli messaggi di testo con una lunghezza massima di 140 caratteri. Per seguire i nostri tweet è sufficiente cliccare sull'uc-

cellino blu che buca lo schermo in tutte le pagine del nostro sito web. Il target di riferimento è costituito da Colleghi, giornalisti, associazioni animaliste, enti vari e semplici curiosi. Da alcuni mesi sperimentiamo anche il canale multimediale per eccellenza: YouTube. Sul nostro canale vengono caricati video professionali o dal taglio divulgativo, realizzati ad esempio dalla sede Rai o da altri canali televisivi; grazie ad una collaborazione tra l'Ordine dei Medici Veterinari valdostani e la Rai regione, alcuni servizi del Tgr affrontano tematiche sanitarie e zootecniche.

Esiste infine una piattaforma assolutamente interessante e particolarmente performante, ma poco nota e poco diffusa in Italia che si chiama Scoop-it. Si tratta di una Piattaforma per il "content marketing" (creazione e condivisione di contenuti per fidelizzare il proprio target di riferimento) che permette di raccogliere e poi condividere materiale e notizie varie, inerenti la tematica prescelta. È un po' come un motore di ricerca che cerca nel web notizie in base alle nostre *parole chiave*. Nel nostro caso specifico, scoop-it permette di realizzare con cadenza settimanale *La Veterinaria "rassegnata"*, una rassegna stampa su tematiche veteri-

narie; gli articoli sono estrapolati da blog, social network e fonti cosiddette minori, ma spesso ne scaturiscono spunti di riflessione e qualche curiosità.

Il circolo virtuoso si innesca in modo semplice: periodicamente vengono aggiornate le pagine web del sito, queste vengono condivise su facebook, il cui post è ripubblicato su twitter. Lo stesso meccanismo vale per ogni video caricato sul canale YouTube e per ogni *Veterinaria "rassegnata"* realizzata attraverso Scoop-it. La potenza di fuoco degna di una redazione di due/tre persone è resa possibile con qualche clic, tanta santa pazienza e qualche notte insonne. Non ci credete? Buttate un occhio su www.veterinari.vda.it e già che ci siete cliccate "mi piace" sulla nostra pagina Facebook! ●

