

# WEB E LEGALITÀ

## LA REPUTAZIONE AZIENDALE



**LUISS - 16 APRILE 2015**

**POLICY E GUIDELINES:** per evitare problemi di sicurezza seguiamo a livello globale una serie di **policy e guidelines** comuni, assolutamente stringenti e rispettose delle diverse culture con le quali ci interfacciamo.

Coca-Cola considera di fondamentale importanza la **privacy dei propri utenti** e garantisce che il trattamento dei dati personali mediante i propri siti web o i profili ufficiali dei social media si svolga nel rispetto dei diritti dell'interessato, con particolare riferimento alla **riservatezza, alla tutela dell'identità personale e al diritto alla protezione dei dati personali.**

## REPUTAZIONE AZIENDALE

La **reputazione online** è uno specchio della reputazione generale dell'azienda con il conseguente abbattimento delle barriere tra online e offline.

La Rete funge da cassa di risonanza e modifica i meccanismi di gestione della reputazione:

- **velocità di diffusione e di elaborazione delle risposte:** i processi decisionali devono essere rapidi ma accurati;
- **incremento esponenziale del numero di interlocutori e canali;**
- **armamentario professionale:** tool di ascolto e analisi delle conversazioni in rete e degli influenzatori online e adattamento dei messaggi al linguaggio dei vari canali;
- **gli errori e le gaffe** nella gestione della reputazione restano in rete per sempre, come un virus pronto a riattivarsi al verificarsi di una contingenza simile.

# LA RETE: SUPPORTO O OSTACOLO?



- **VANTAGGI:** il supporto che la rete può offrire a un'azienda è infinitamente più grande degli ostacoli che pone.
  - **ascolto delle rete** e dell'opinione dei consumatori;
  - **interazione diretta** con clienti e stakeholder;
  - **presenza costante nel dibattito online** in modo consapevole ed efficace;
  - **valutazione del livello di apprezzamento del marchio** e individuazione di strategie di miglioramento e mantenimento di una reputazione positiva.
- **RISCHI:** l'ostacolo principale per un'azienda è quello di sviluppare le professionalità necessarie per comprendere le dinamiche del Web e di conseguenza farne un uso consapevole ed efficace.
  - **mancato presidio** da parte del brand stesso;
  - **disintermediazione dei canali social:** la Rete apre un canale di contatto diretto ma dall'altro genera dei rischi reputazionali che, per un'azienda come Coca-Cola, hanno un impatto amplificato dalla sua dimensione e dalla riconoscibilità dei suoi marchi.

## NETWORKING

La presenza in Rete consente la costruzione di un **network di terze parti** che condividono i messaggi dell'azienda e si fanno portatori e diffusori dei valori e dell'amore per il marchio, negli scambi sui social media e nelle community, evitando un'esposizione del brand in maniera diretta e contribuendo a una risoluzione positiva in caso di criticità.

# COCA-COLA e EXPO MILANO 2015

La presenza di Coca-Cola a Expo Milano 2015 è stata al centro della discussione mediatica e web degli ultimi mesi: i dati che rileviamo, rispetto alla nostra presenza come sponsor, mostrano che un **70% la ritiene fortemente o in generale pertinente**.

La presenza di messaggi negativi viene alternata alle **conversazione positive generate dalla gestione dei social Coca-Cola**.



Scopriamo il padiglione #CocaCola a #Expo2015: riciclabile e riutilizzabile secondo parametri di #ecosostenibilità



RETWEET 36 PREFERITI 26

CocaCola4Expo @CocaColaITA · 7 h  
#AluBottle #specialedition per @Expo2015Milano! Scoprila al Padiglione #CocaCola #Expo2015 [CokeURL.com/l9aee](http://CokeURL.com/l9aee)



Visualizza altre foto e video

No Expo 2015 ha ritwittato

giuscure @giuscure · 17 feb

@CocaColaITA @Expo2015Milano Pessimismo e fastidio... Solo questo potete ispirare! @NoExpo2015 #NoExpo #Expofamale...come la Coca-Cola! ;)

4 2

Conversazione

I Blog del Fatto @ilfattoblog · 28 feb

#Expo2015, #CocaCola e #McDonalds sponsor dell'evento. L'ennesima sconfitta. - Il post di @ElisaDospina [bit.ly/1wxfgrS](http://bit.ly/1wxfgrS)

54 30

Riepilogo