



## 7.1 Oneri e onori dell'essere un/a influencer

### COMPETENZE CHIAVE

- Competenza digitale
- Competenze sociali e civiche

### ARGOMENTO

Essere influencer significa avere fama ma anche doveri nei confronti della società.

### DOMANDE FONDAMENTALI

- Che cosa significa essere influencer?
- Quali sono i pro e i contro?
- E' importante scegliere con cura le parole?

### FONTI

- » Il Manifesto della comunicazione non ostile;
- » "United Breaks Guitar", video e canzone del 2009, con cui Dave Carroll, un musicista canadese della band Sons of Maxwell, accusa la United Airlines di avergli rotto una costosa chitarra. Dopo una serie di risposte scortesche dalla compagnia aerea, decide di scrivere una canzone che diventa talmente virale da far perdere all'azienda il 10% dei profitti (per un valore di 180 milioni di dollari) in 4 settimane (disponibile al link <https://www.youtube.com/watch?v=5YGc4zOqozo>);
- » "Rihanna Protests Ad on Snapchat That Mocks Domestic Violence", nytimes.com. Snapchat decide di ospitare la pubblicità di un gioco su smartphone con una foto di Rihanna e del suo ex fidanzato Chris Brown con scritto "preferiresti schiaffeggiare Rihanna o dare un pugno a Chris Brown?" (allusione a un episodio realmente accaduto, quando la cantante venne picchiata dal suo compagno durante una lite nel 2009). Rihanna risponde con una story su Instagram che critica la scelta di Snapchat facendo perdere alla compagnia 800 milioni di euro (disponibile al link <https://www.nytimes.com/2018/03/15/style/rihanna-snapchat-stock.html>);
- » #MartaLositolsOverParty: Marta e il fidanzato violano la quarantena e i fan si infuriano perché loro dovrebbero dare il buon esempio (disponibile al link <https://twitter.com/hashtag/martalositolsOverParty?f=live> - Thread su Twitter).

### MATERIALI

Web.

### SVOLGIMENTO DELL'ATTIVITÀ

#### Introduzione (60 minuti)

Visione del video e lettura/racconto dei contenuti elencati nelle "Fonti".

1. Come gestire il personal branding: cosa avreste fatto nel caso della United Airlines alla richiesta del cantante?



## 7.1 Oneri e onori dell'essere un/a influencer

Se la compagnia avesse accettato di rimborsare con delle scuse, le sarebbe costato al massimo il valore della chitarra nuova, ovvero 4000 dollari. In questo modo, invece, le è costato 180 milioni di dollari.

E' molto importante costruire un modello di "Crisis Management" e formare tutto il personale sulla comunicazione, dall'operatore che lavora a stretto contatto con il cliente, fino ai dirigenti. Le parole sono importanti e vanno scelte attentamente, anche per dare la sensazione alle persone di prendersi cura di loro.

Dareste un vademecum delle parole e delle frasi che è meglio usare o non usare in queste circostanze?

**2.** Quali caratteristiche dovrebbe avere un/a influencer? Esiste un'etica della professione?

E' una professione piuttosto recente e non ha delle regolamentazioni, ma alcuni comportamenti sono comunque dettati dal buon senso.

Come avreste gestito l'incontro fra Marta Losito e il fidanzato? Come lo avreste comunicato ai/alle follower?

Avreste fatto un sondaggio per chiedere ai/alle follower se secondo loro le motivazioni rientravano nell'ambito del lavoro? O avreste spiegato la situazione evidenziando la necessità dell'incontro? O ancora, non avreste pubblicato nulla, tenendo privato l'incontro?

**3.** Come gestiscono le aziende i rapporti con gli/le influencer: se foste la United Airlines, quale tipo di influencer scegliereste dopo una crisi come quella della chitarra? Quali parole usereste per raccontare il vostro brand? Come cerchereste di porvi nei confronti dei viaggiatori?

Potreste, ad esempio, scegliere un/a musicista che usi un linguaggio vicino al mondo della musica per assicurare che non si ripeterà più un episodio come quello.

Oppure un/a influencer di viaggi che pubblicizzi la compagnia, sorvolando sull'accaduto.

Secondo voi quale strategia potrebbe essere più efficace?

### Attività (30 minuti)

Immaginate di essere un/a influencer e di dover promuovere dei prodotti o dei servizi scegliendo le parole giuste per farlo; provate quindi a scrivere delle parole che secondo voi danno fiducia e delle parole che, al contrario, secondo voi possono allontanare il pubblico dagli/dalle influencer e dai brand.