

# Protagonismo digitale

**Nell'era della trasparenza e del *brand activism*, la reputazione è per tutti un asset che guida la costruzione e la difesa del business**

Quanto l'immagine del singolo concorre a determinare la **reputazione**

**dell'organizzazione?** Come governare le relazioni che si sviluppano grazie ai social per rafforzare la reputazione dell'impresa e di chi la governa? A queste, ed altre domande ancora, offre un interessante risposta il recente scritto di **Stefano Chiarazzo**, **"#Social CEO**.

**Reputazione digitale e brand advocacy per manager che lasciano il segno"**, edito da **FrancoAngeli**.





L'assunto dell'autore è semplice: le imprese, per articolazione, dimensione, penetrazione e rilevanza devono farsi carico di comunicare al meglio quanto facciano, soprattutto alla luce dei valori che caratterizzano le schiere di *stakeholders* con le quali interagiscono.

Proprio **l'avvento delle piattaforme social ha bilanciato il piano di contatto con la pubblica opinione**, sempre più attenta a come nei fatti siano tradotti dall'impresa e dai suoi manager gli impegni assunti. Come dire: non di solo business ma di valori l'impresa vive. E per essere credibile, i suoi top manager, a scolare i loro riporti, debbono agire in coerenza.

In questo **l'immagine social dei CEO è essenziale**. Come

governarla, implementarla e proteggerla affinché il singolo non infetti il tutto?

Il testo ripercorre in modo strutturato e lineare il mondo della comunicazione e il ruolo crescente che va assumendo la reputazione. Cos'è, come si deve implementare, secondo quali logiche e con quali strumenti.

Tweet di @bizcommunityit



**Business Community**

@bizcommunityit

H-Farm: Alberto Grignolo nuovo co-amministratore delegato #CEO  
[rs.businesscommunity.it/snap.php?u=htt...](https://rs.businesscommunity.it/snap.php?u=htt...)



22m



**Business Community**

[Incorpora](#)

[Visualizza su Twitter](#)



[Tweets by bizcommunityit](#)



Un percorso che non si improvvisa, dove sbagliare è certamente umano, ma rimuoverne gli effetti è forse ancora più complesso. In cui è fondamentale il lavoro in team, coniugando competenze di diversa estrazione, con teste giovani e qualche capello grigio.

Nel testo l'Autore propone infine un decalogo da seguire nell'attività di ogni giorno. Avere una visione strategica (ma questa non è una prerogativa del capo?), fungere da modello ogni giorno, cercare di fare sempre la cosa giusta, promuovere l'evoluzione culturale, scegliere e circondarsi delle persone giuste cercando di farle rendere al meglio. E ancora, agire da brand advocate, condividendo valori e

condotte che l'impresa porta avanti, sviluppare una rete solida di relazioni, grande capacità di ascolto, prendere sempre una posizione, a costo di sbagliare ma certo meglio che tergiversare, infine essere consapevoli che tutto quello che si dissemina in rete o meno, concorre a costruire l'immagine che gli altri hanno di te e della tua organizzazione.



tutti i giorni, con la rete che osserva, giudica e condanna (e assolve)?.

**Stefano Chiarazzo**, una lunga esperienza internazionale da PR manager in P&G, oggi consulente strategico e direzionale di reputazione aziendale e comunicazione digitale per Barilla Group. Docente e public speaker di comunicazione e marketing, ha fondato e dirige Social Radio Lab e Osservatorio Social Vip

Abbicodelirio  
Titolo: [#Social CEO. Reputazione digitale e brand advocacy per manager che lasciano il segno](#)

Autore: Stefano Chiarazzo

Editore: FrancoAngeli

Pagine: 232

[@federicounnia](#) - Consulente in comunicazione

[@Aures Strategie e politiche di comunicazione](#)

[@Aures Facebook](#)



**Se l'articolo ti è  
piaciuto, condividilo con gli  
amici e colleghi**

Abbonati a BusinessCommunity.it



Copyright © 2009-2020 BusinessCommunity.it. Tutti i Diritti Riservati. P.I 10498360154

[next](#)

BusinessCommunity.it - Supplemento a G.C. e t. - Reg. Trib. Milano n. 431 del 19/7/97  
Dir. Responsabile Gigi Beltrame - Dir. Editoriale Claudio Gandolfo



# Sommario di questo numero

IL MAGAZINE PER IMPRENDITORI E MANAGER



**HR:**  
SE LA LEADERSHIP  
È MESSA  
IN DISCUSSIONE

GLI EFFETTI  
DEL CORONAVIRUS SULLA  
GLOBALIZZAZIONE



L'AI RIVOLUZIONA  
IL BUSINESS  
MADE IN ITALY

LA GUERRA SUL GREGGIO  
NON AIUTA I MERCATI

**COMMUNITY**  
**AURO PALOMBA**  
AZIENDE TESTIMONIAL  
DEL SISTEMA-PAESE CHE FUNZIONA

