



La forza di un brand.

Quella che state per leggere è una breve storia che racconta di come alcune tecniche di marketing siano utilizzate anche in settori finora poco contaminati, come quello dei servizi pubblici. Riguarda il servizio **informagiovani**ⁱ. In particolare quello di Ancona che attualmente coordino e che ho contribuito a progettare, sviluppare e posizionare (anche su web). Non so chi di voi ha mai provato a **cercare su Google il proprio nome** per la curiosità di vedere che cosa viene fuori; ho provato a farlo con il nome del servizio di cui ho la responsabilità, inserendo le parole "informagiovani ancona". Il risultato è stato una sorpresa: c'è chi ha pagato per comparire al primo posto nel momento in cui si cercano le *keywords* citate (chi sia lo potete facilmente vedere nell'immagine qui sotto, catturata dallo schermo di un pc in cui è stata fatta la ricerca).

Lo strumento utilizzato è AdWordsⁱⁱ, un servizio offerto (a pagamento) da Google per fare in modo che a determinate parole chiave vengano associati certi risultati nelle prime posizioni (in questo caso come primo risultato). Personalmente, da un certo punto di vista, sono molto contento: significa che il servizio a cui ho dedicato tempo, energie e competenze è diventato un marchio, ha acquisito un valore quantificabile anche in denaro (da una prima verifica il costo di questo *advertising*ⁱⁱⁱ varia tra 0,20 e 0,60 euro per ogni click).

The screenshot shows a Google search interface. At the top, there's a search bar with the text "informagiovani ancona" and a blue search button. Below the search bar, it says "Search" and "About 23,900 results (0.10 seconds)". On the left side, there's a navigation menu with options like "Everything", "Images", "Maps", "Videos", "News", "Shopping", "More", "Ancona", "Change location", and "Show search tools". The main content area displays several search results. The first result is an advertisement for "informagiovani ancona | pars.it" with the URL "www.pars.it/" and the description "Comunità di recupero Un centro specializzato per te". Below this, there are several organic search results, including "Anconagiovane - Home page" with the URL "www.anconagiovane.it/" and contact information for "Ancona". Another result is "Centro InformaGiovani di Jesi" with the URL "www.comune.jesi.an.it/informagiovani/" and a description. There are also links to "La Rete Informagiovani della Provincia di Ancona" and "Informagiovani Ancona | Facebook".



Da un altro punto di vista provo a fare e condividere alcune riflessioni più ampie.

La prima riguarda la **forza del servizio e la sua visibilità**: pare evidente l'intenzione di attirare utenti/clienti sfruttando una visibilità che non appartiene a chi realizza la campagna promozionale. La cooperativa Pars gestisce da pochi mesi l'Informagiovani di Recanati sul quale forse vuole così dirottare utenti in cerca di altro. Anche se, tecnicamente, il percorso non è concluso in quanto il sito a cui si viene rimandati è incoerente rispetto alla ricerca (in altre parole i soldi, a mio giudizio, non sono stati spesi bene).

La seconda riflessione riguarda la **trasparenza**: l'operazione è del tutto legale (a quanto mi risulta) ma mi chiedo: quanto può essere interessato il committente/proprietario/gestore del servizio "sfruttato" a che l'utente ignaro non sia dirottato su altro? Che non sia disorientato?

La terza riflessione riguarda le **dinamiche del web**: credo sia un tema che, anche per i servizi pubblici (soprattutto se dedicati a target specifici) non possa essere lasciato da parte. E men che meno in mani inesperte e teste poco lungimiranti. Le comunità generate sui social media, gli strumenti ed i servizi disponibili, la necessità di rispondere con accoglienza ad un pubblico variegato e frammentato richiedono competenze ed esperienze specifiche.

Il mio non è giudizio sull'operato dell'attuale gestore del servizio del Comune di Recanati (ciascuno avrà il proprio). Credo però che le scorciatoie, i mezzucci, i piccoli imbrogli, come le bugie di Pinocchio, hanno le gambe corte. Per questo, spesso, non portano lontano.

Francesco Vernelli

ⁱ L'Informagiovani, per il lettore che non lo sapesse, è un servizio di informazione e orientamento dedicato ai giovani presente anche nel Comune di Recanati.

ⁱⁱ AdWords, su web.adwords.google.it/

ⁱⁱⁱ Le campagne pubblicitarie su Google variano rispetto a diversi criteri; in questo caso probabilmente è stata *targettizzata* una campagna rispetto a vari criteri tra cui anche quello geografico e quello relativo al budget impostato; questo il motivo per cui facendo prove su computer e browser diversi potrebbe anche non apparire lo stesso risultato.