

Antonio Belloni

Come governare l'uso dei social a lavoro

Il problema c'è, ma non è detto che sia solo una criticità. Le imprese lungimiranti stilano vademecum non vincolanti, consigliando ai dipendenti un uso ottimale, con vantaggi e svantaggi, opportunità e rischi dell'uso dei social. Quelle più previdenti li formano all'uso dei social



Vedere chi lavora per la nostra impresa con la testa sullo smartphone e il pollice che scrolla ricorda quel punto della favola in cui la volpe entra indisturbata nel pollaio. Ma anche quel nostro esagerare coi dolci quando la mamma ci diceva di no.

Chiunque utilizza il web o i social media, a modo suo esagera. Nessuno è escluso. E l'esagerazione a lavoro è quasi sempre replicata anche fuori; un'abitudine molto democratica, perché appartiene a chi sta sotto alla piramide gerarchica, ma anche a chi sta sopra.

Per questo è tanto difficile prodursi in regole, sanzioni e limitazioni: tutti facciamo così.

PERCHÉ I SOCIAL A LAVORO SONO UN PROBLEMA?

Prima di capire come e perché siano un rischio a cui mettere un limitatore, ma anche un veicolo di vantaggi da promuovere, vanno messi sul tavolo i **numeri utili a capire la portata del fenomeno**.

Due sondaggi svolti negli Stati Uniti, uno del 2012 ed un altro del 2014, forniscono dati che appaiono molto pesanti da gestire per qualsiasi impresa:

- » una media di **1.5 ore trascorse sui social**, al giorno, per ogni dipendente;
- » l'equivalente di 7,5 ore alla settimana, quindi 30 ore al mese;
- » ovvero 360 ore all'anno.

E quanto pesano questi numeri, in termini di costo economico e di produttività perduta, se **riguardano almeno il 77% dei dipendenti?**

Alt.

Va prima fatta una distinzione: definirli "problema" non significa bollare subito l'uso dei social e del web come una pratica negativa. Sono infatti un problema solo quando non sono gestiti, quando non c'è una finalità consapevole di chi li usa e di chi ne consente l'utilizzo.

Vediamo come e perché.

CAUSE E RISCHI

I social media ed il web potenzialmente distraente sono un ambiente fertile, eppure si portano dietro un'infinita serie di elementi negativi, generosamente elencabili partendo dalla causa del loro utilizzo comune.

Perché li usiamo? Perché consegniamo a loro i nostri occhi ed il nostro pollice, dunque la nostra attenzione? E perché lo facciamo a lavoro?

Pause necessarie

Spesso lo facciamo quando siamo in pausa, e quindi per distrarci volontariamente e consapevolmente. Si tratta di un'attività riempitiva, che occupa lo spazio talvolta necessario tra un lavoro e l'altro.

Noia e distrazione

C'è poi l'utilizzo spinto dalla noia, fatto in quei momenti in cui la motivazione cala, la stanchezza cresce e la pausa o la distrazione diventano non dovute, o peggio non proficue, perché sfiorano i termini equilibrati e sfociano nell'extra. Passiamo così dalla divagazione necessaria alla distrazione dannosa.

Effetto tecnologia

I social in sé sono solo la manifestazione più eclatante dell'effetto tecnologia su di noi. Ma c'è ben altro. Anche la **e-mail, WhatsApp, l'intranet aziendale sono fonti potenziali di distrazione**, di fuga dalla noia, di una divagazione oltre il necessario, in grado di ridurre la produttività.

Ma cosa intendiamo esattamente quando parliamo del rischio relativo all'uso dei social in azienda?

Dipendenza

Il primo è la dipendenza. È noto, infatti, che l'uso delle piattaforme

di comunicazione digitali stimoli la ricerca di ricompense sociali/ chimiche in grado di creare dipendenza. Un **effetto nicotina** molto dannoso: più ci si sta e più si vorrebbe starci. Like chiama like.

Errori di comunicazione

Chi usa i social nel contesto professionale può inoltre commettere errori di comunicazione gravi: parlare di cose riservate, contattare persone da evitare, usare tono di voce e termini impropri, anticipare informazioni su argomenti da trattenere, oppure rendere pubblici giudizi, commenti e lamentele.

Rischi tecnici

Ci sono poi rischi di tipo puramente tecnologico, come il furto d'identità, il favorire l'intrusione nei sistemi aziendali, l'accesso consentito da password non protette, la diffusione di virus. Il tutto causando danni tecnici o fuoriuscite di dati preziosi.

DOVE SONO I VANTAGGI

A questo punto bisogna capire se all'impresa convenga davvero zigzagare tra rischi e problemi per consentire a chi lavora di cercare e trovare utilità nell'utilizzo dei social media. Ed un'utilità effettivamente c'è.

Potenzialità informativa

La prima e più consistente delle utilità prodotte da un **uso intelligente** dei social media a lavoro – quella che le racchiude quasi tutte – è la potenzialità informativa, e possiamo elencarla in questi casi molto comuni:

- » la comprensione attraverso i social delle **azioni** e delle **strategie** di marketing e comunicazione delle imprese del proprio settore, o anche di settori alternativi al proprio, finalizzata alla ricerca di idee e confronti;
- » il reperimento sui social di **dati ed informazioni** su settori, professioni, servizi e prodotti;
- » la ricerca delle opportunità di **lavoro** o l'osservazione delle **tecniche** usate per il **recruiting** o il networking professionale;
- » la generazione di un **primo contatto** o l'avvio di una relazione

- con finalità commerciali o professionali;
- » lo sviluppo di un miglior **senso del cliente**: dov'è, cosa fa e con quali parole esprime i propri bisogni sul web.

COME GOVERNARLI

Alla fine del confronto tra vantaggi e svantaggi, dobbiamo tornare alla domanda iniziale: cosa fare con chi utilizza i social media mentre lavora?

La funzionalità personale al lavoro e l'utilità all'impresa sono le discriminanti applicabili. Quindi, ogni distrazione ed ogni accesso a mondi potenzialmente emotivi come lo sono i social va **misurata con un filtro intelligente e professionale.**

Ci sarebbero poi i controlli, i blocchi e le limitazioni. Ma sono molto difficili da applicare, considerato che si accede ai social perlopiù con lo smartphone, lo strumento oggi ritenuto la via al web per eccellenza, tanto da rappresentarne in toto il diritto alla connessione.

Per questo le imprese lungimiranti stilano **vademecum** non vincolanti, consigliando ai dipendenti un uso ottimale, con vantaggi e svantaggi, opportunità e rischi. Quelle più previdenti li formano all'uso dei social da subito, nel momento in cui entrano per la prima volta in azienda.