



Il sostantivo ‘*spread*’ ha portato violentemente al centro della nostra vita i temi di economia e finanza. Con lo spirito con cui oggi ognuno di noi cerca di saperne di più, alzi la mano chi non si è tuffato nella rete a cercare online informazioni, spiegazioni e risposte disattese altrove, nella convinzione che lì dove ormai giace buona parte del sapere umano ci debba essere anche qualche luminare dell'economia o della finanza disposto a scendere a patti con i tecnicismi e a fornire qualche pillola di comprensione in stile Wiki.

### **E che cosa si trova on-line sul tema?**

Chi si occupa di finanza ed economia – banche, assicurazioni, operatori e periodici on line – riesce a comunicare questi temi, usufruendo la meglio delle potenzialità che il sistema ci offre? Abbiamo fatto una piccola indagine, supportati dalla consulenza offerta dal Segretario Generale di AssoProfessional, l'Associazione Italiana Professionisti del Credito.

### **Dove si trovano le risposte, o meglio: dove si cercano?**

Basta effettuare una ricerca inserendo una query del tipo “*Come investire*” (affinando la ricerca così da includere le sole discussioni di google), per ritrovarsi a navigare in una serie quasi infinita di pagine di risultati (fra queste, e non stupisce, la prima posizione spetta alla community Yahoo! Answers). Inutile dire che l’anarchia regna sovrana e per l’utente inesperto gli appigli per non perdere la retta via sono ben pochi.

### **Che cosa proponiamo noi, allora, forti del nostro know-how sul mondo web ed affiancati da Cupane**

che da subito ci evidenzia come la posizione che riveste è anche frutto del suo importante lavoro di comunicazione fatto online?

1. **Innanzitutto superare l’*economicchese***, quello stile visivo e testuale spesso troppo

## Economia e finanza: come parlarne on line?

Di Enrico Franchini

Lunedì 15 Luglio 2013 14:57 - Ultimo aggiornamento Lunedì 15 Luglio 2013 14:58

---

complesso per la comprensione dell'utente comune. Come? Ad esempio rivedere la grafica delle proprie comunicazioni con font lineari, colori chiari e distinti per gli argomenti, da trattare con linguaggio semplice, meglio se esemplificato con l'ausilio di infografiche (la rappresentazione grafica di un contenuto, una sintesi organizzativa e creativa di una serie di dati e informazioni)

2. **Preferire gli strumenti di dialogo on line**, scegliendo fra quelli che più funzionano nel settore. Fra questi i blog e naturalmente i forum. Quelli di categoria (parliamo di mediazione creditizia) sono tutt'altro che intelligibili. Qui gli internauti parlano una lingua comune e molto spesso a rimbalzare sono le novità più aggiornate e i colpi bassi per costruire o fomentare una bad reputation altrui. Gli scambi avvengono però tra una comunità ristretta. Perché non cercare quindi un canale dialogico semplificato con gli esperti creando, perché no, piccole community digitali o portali a cui possa avere accesso un pubblico eterogeneo?

3. **Saper fidelizzare attraverso la comunicazione di singole attività**, servizi e iniziative declinate al profilo del nostro destinatario. Comunicazioni personalizzate e seminari online sono strumenti ideali per coinvolgere il nostro target.

E i migliori? Certamente fra i primi posti, oggi, troviamo FinanzaWorld, il **blog di Carlà**, ovvero la "comunità della finanza democratica", dove **temi apparentemente poco portati verso un coinvolgimento emotivo, vengono trattati con estrema sagacia.**