



SALVATORE ESPOSITO

Co-fondatore & CEO Populis

Laureato in Economia nel 1999, Salvatore ha iniziato la propria carriera come consulente internet per piccole e medie imprese con un progetto finanziato dalla Fondazione IBM Italia.

Ha ricoperto diversi ruoli direttivi nel marketing su Internet e pubblicità in aziende come BuyCentral, LookSmart e Altavista.

Dopo aver ricoperto il ruolo di Managing Director in Web Agency ADVance, ha fondato GoAdv, oggi Populis.

CROWDSOURCING: IL MODELLO POPULIS APPLICATO ALLA PRODUZIONE DI CONTENUTI

Il **crowdsourcing** è una naturale conseguenza della nascita della rete e dello sviluppo delle tecnologie digitali. La possibilità di rivolgersi ad una quantità sterminata di persone offre indubbiamente una risorsa inesauribile di partecipazione, che nello specifico è applicata alla creazione di un prodotto o allo sviluppo di un progetto.

Populis si propone come il principale player europeo nel "content on demand", che sostanzialmente prevede un approccio scientifico alla produzione di contenuti, i quali vengono definiti in base a cosa gli utenti cercano (*search volume*) e l'interesse pubblicitario degli inserzionisti per ciascuna tematica.

In sostanza vengono prodotti esclusivamente quei contenuti per i quali ci sia una ragionevole certezza di un ritorno sull'investimento in un determinato periodo temporale. Questo consente di fatto una scalabilità elevata del business al quale deve corrispondere una scalabilità nella produzione dei contenuti.

Nel caso di Populis quindi il crowdsourcing è l'elemento fondante che sta alla base del nostro business, perché consente appunto una scalabilità potenzialmente infinita nella produzione dei contenuti.

È chiaro che come tutti gli strumenti così potenti, presenta dei rischi che bisogna essere in grado di gestire. La critica a cui più spesso ci troviamo a rispondere è sulla qualità del prodotto.

La qualità è al centro del nostro progetto editoriale, in quanto consente di far crescere l'engagement degli utenti ed è evidente che affidandosi a migliaia di persone, il controllo

di qualità è una sfida importante, che stiamo affrontando seriamente.

Attraverso una serie di controlli pre-pubblicazione (sia automatici che da parte del team editoriale interno) e post-pubblicazione (visite, revenue, tempo speso sugli articoli dagli utenti, engagement) cerchiamo di assicurare un buon standard qualitativo.

Detto del principale rischio, tanti sono i vantaggi:

- assegnare la scrittura di un articolo solo a persone realmente interessate al tema; è vero che spesso non si tratta di giornalisti professionisti, ma di esperti (o fan o appassionati) di un determinato settore. Siamo sicuri che una penna professionista sia meglio di una penna super-informata?
- time to market; se intendiamo scrivere su un tema, potendolo proporre ad una vastissima rete di collaboratori, siamo in grado di produrre e pubblicare gli articoli in tempi molto ridotti
- contenimento dei costi; il modello crowdsourced prevede il pagamento dell'effettivo lavoro svolto (costo per contenuto) e, in alcuni casi, un coinvolgimento sugli effettivi risultati prodotti (visite e fatturato).

È una sfida entusiasmante l'idea di poter collaborare con migliaia di persone che hanno sposato il nostro progetto e vedono in Populis un'opportunità per occuparsi delle proprie passioni e trarne anche un giusto compenso.

Questo credo sia l'elemento più interessante del crowdsourcing. In sostanza una rivoluzione rispetto al tradizionale modo di fare informazione, che credo porterà nel giro di pochi ad una radicale trasformazione dei *media* tradizionali.