

Frontiere



### Un algoritmo per difendere il buon nome

«Mi hai googlato?». Non basta più una ricerca su Google per farsi un'idea su chi si ha di fronte. La web reputation, reputazione online, sta diventando una caratteristica fondamentale per le imprese, una nuova frontiera con cui chi voglia superare i propri confini (geografici e non solo) deve confrontarsi.

Crac passati, licenziamenti, episodi spiacevoli di cronaca possono condizionare il giudizio di un potenziale



cliente. Ma basta un algoritmo per rimettere tutto a posto, o quasi. Andrea Barchiesi, ex Accenture, con la sua Reputation Manager ha messo a punto Brand reputation, un progetto di difesa dei marchi che è stato anche premiato dal Presidente della Repubblica. «Lavoriamo sui big data. Ma siamo anche in grado di anticipare alcuni problemi — spiega Barchiesi — andando a scovare tweet, post nei forum». Una frase scritta su un profilo Facebook molto seguito può creare danni enormi a un'impresa: prima c'era il venticello della calunnia, oggi la Rete lo può trasformare in tempesta.

(Marzio Fatucchi)

© RIPRODUZIONE RISERVATA