

LA RETE IN TASCA#9b

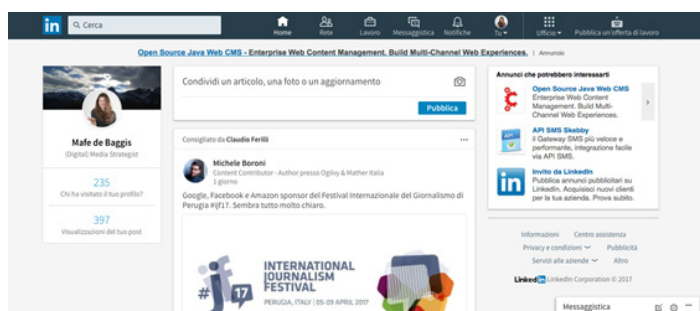
#9b

Linkedin nuovo nuovo

Per essere a proprio agio nelle piattaforme digitali non dobbiamo imparare a usare tutte le funzionalità, dobbiamo imparare a imparare a usarle, perché cambiano in continuazione. A volte cambiano poco, un pezzo alla volta, a volte cambiano completamente, come per esempio LinkedIn.

È raro che un cambiamento radicale venga salutato con entusiasmo dagli utilizzatori di un servizio: [la resistenza al nuovo è molto radicata](#), sia perché ci piace avere delle abitudini che diventano automatismi, sia per pigrizia. Le piattaforme digitali però cambiano in continuazione, un po' perché possono farlo (è il bello del software), un po' perché imparano dai nostri comportamenti e, [per rimanere necessari e utili](#), adeguano le funzioni di conseguenza.

A volte però un cambiamento è così desiderato da essere immediatamente accolto con favore: sembra proprio il caso della nuova interfaccia di LinkedIn, un notevole miglioramento non solo della veste grafica (molto importante dal punto di vista dell'usabilità) sia dei processi che ci permettono di fare quello che vogliamo con la piattaforma.



Nel 2000 [un esperimento](#) dal titolo inequivocabile ha dimostrato una correlazione tra bellezza e usabilità nella facilità di uso dei computer e in genere delle macchine. Questo e altri studi sono alla base di quello che Donald Norman ha definito [Emotional Design](#), cioè un design pensato per risolvere problemi tenendo conto anche delle emozioni delle persone (negative e positive).

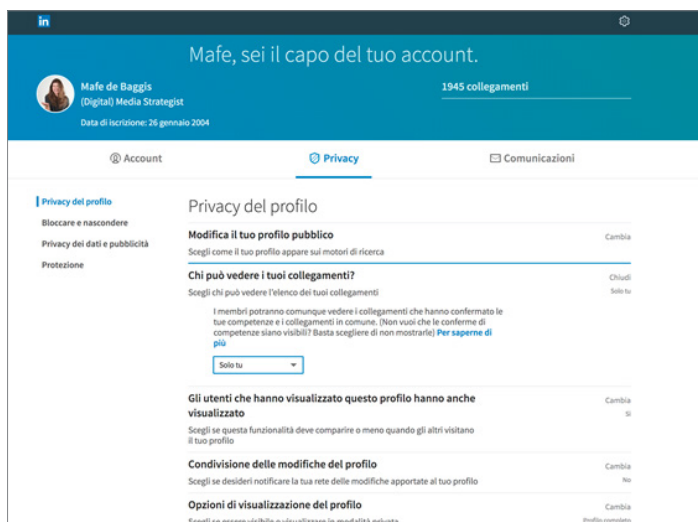
Possiamo dire che LinkedIn, prima, era brutto? Io lo direi. Era pensato per il mondo del lavoro, un po' come molti "business hotel" cadono ancora nell'equivoco che chi viaggia per lavoro non sia interessato alla cura, allo charme, alle coccole. Un'etica forse un po' puritana e sicuramente fallace: la forma e il dovere non devono significare bruttezza o sciattezza, al contrario. È bello il nuovo LinkedIn? È sicuramente più bello di prima e questo rende a molte persone più semplice usarlo, in due momenti: rende più semplice il doverlo usare e poi l'uso effettivo. Probabilmente questo accade perché molti professionisti si sentono in dovere di usare una piattaforma che a differenza di altri social media è espressamente concepito per migliorare le dinamiche lavorative. Non potendo dire "non lo uso perché non mi serve", fino a pochi giorni fa potevano comunque più o meno inconsciamente pensare "io lo userei anche in linea di principio, ma è così freddo, brutto e mal progettato che faccio fatica a usarlo".

Un ulteriore elemento di riflessione è la convergenza tra piattaforme differenti verso un focus professionale.

Se da un lato la dinamica social di LinkedIn sta assumendo caratteristiche molto simili a quelle di Facebook (ad esempio la Timeline e gli algoritmi che decidono cosa farci vedere vanno in quella direzione), allo stesso tempo vale il contrario: Facebook ha riprogettato le pagine professionali in modo molto più efficace per strutturare progetti editoriali e meccanismi

di engagement molto adatti al lavoro di un professionista e/o di un'azienda. In sintesi siamo arrivati alla quadratura del cerchio: le piattaforme di intrattenimento si professionalizzano, mentre quelle professionali diventano sempre più piacevoli. Quando il lavoro si fa gioco i duri cominciano a lavorarci. Come diceva Nietzsche, che a dire il vero era uno piuttosto serio, "Maturità dell'uomo significa avere ritrovato la serietà che si metteva nel gioco da bambini". Parafrasandolo potremmo dire che potremmo mettere su LinkedIn la stessa intensità ludica e la stessa serietà che mettevano i perdigiorno su Facebook o nei siti di incontri. Forse un dio postmoderno al settimo giorno anziché riposare sistemerebbe la lista dei contatti su LinkedIn.

A proposito, lo sai, vero, che è possibile gestire la visibilità della tua lista contatti? Lo è sempre stato, ma con la nuova interfaccia è molto più semplice e immediato. Cliccando sulla propria immagine nel menu di navigazione si sceglie “Impostazioni e privacy” e poi la tab Privacy. “Chi può vedere i tuoi collegamenti” è la seconda opzione, si può scegliere tra farli vedere solo ai tuoi contatti o a nessuno (“solo tu”); quest’ultima è la scelta più adatta per proteggere il vostro portafoglio clienti restando in contatto con loro e continuando a poter usare tutte le funzionalità legate alla rete di LinkedIn. Sei tu il capo del tuo account :-)



Mafe De Baggis

Media Strategist e Community Builder. Esperta di editoria, comunicazione transmediale e di formazione, sempre in ambito comunicativo. Ha lavorato come community manager per importanti brand tra cui Condé Nast e Mondadori.

www.gam.com seguiteci anche su:



Disposizioni importanti di carattere legale

I dati esposti in questo documento hanno unicamente scopo informativo e non costituiscono una consulenza in materia di investimenti. Non si assume alcuna responsabilità in quanto all'esattezza e alla completezza dei dati. Le opinioni e valutazioni contenute in questo documento rappresentano la situazione congiunturale attuale e possono subire cambiamenti. GAM non è parte del Gruppo Julius Baer.