

Essere allenatore al tempo dei social

Nuove forme di comunicazione

Bormio

28 giugno 2016

Stabiliamo un contatto

- Luca Corsolini, head of Olympics Editorial Discovery/Eurosport
- luca_corsolini@discovery.com
- 3485211522
- Forma #1: raccogliamo quanti più contatti possibile. La squadra è un gruppo chiuso; la community è un gruppo aperto, con giocatori di tante squadre diverse

Chi siamo ?

- Quando è nata l'Unità del Paese?
- Quando è nata la prima società sportiva?
- Quando è nata la Federazione pallacanestro?
- Chi siamo?
- Forma #2: evitare l'autoreferenzialità, ma essere pienamente consapevoli della nostra identità. Al punto che dobbiamo ribadirla in ogni occasione

Vivere in mondo googolizzato

- «*Nell'era dei big data, le risposte dipendono unicamente dalle domande. Meglio imparare a fare bene le domande che a dare le risposte, benchè giuste*». **Derrick de Kerkhove**
- Forma #3: da quanto sopra, deriva che oggi siamo in un mondo bottom-up, non più top down: è la domanda a determinare l'offerta. E oggi la domanda di sport è più alta che mai, secondo codici spazio temporali diversi: lo sport è dappertutto, 24/7/365

Allenarsi prima della partita

- Per comunicare qualcosa bisogna sapere anzi tutto cosa NON vogliamo/possiamo comunicare
- Come prima di una partita si studiano avversari, così dobbiamo studiare i nostri interlocutori per sfruttarne i punti deboli e non subirne i punti di forza
- Forma #4: la comunicazione è una partita di palla prigioniera. Dunque, è un gioco. È un gioco in cui le regole le stabilisce chi è dall'altra parte della rete

Il giorno della partita

- Contano le domande, dunque contano i nostri interlocutori: li dobbiamo conquistare, non catturare. Non c'è più un solo pubblico, ma tanti pubblici: dobbiamo saperci adeguare
- Il linguaggio deve essere inclusivo, non esclusivo. Dobbiamo allargare la community non fare dei cambi nella squadra
- Parla come mangi: le regole più efficaci sono quelle della tradizione familiare. Dobbiamo essere semplici, non sempliciotti. Evitare il linguaggio tecnico da addetti ai lavori
- Forma # 5: anche quando individuale, la comunicazione è un gioco di squadra. $1+1=3$: dobbiamo dare modo al nostro interlocutore di riconoscerci come valore aggiunto perchè lui lo possa essere per noi a sua volta

Prova del 9

- La comunicazione NON è un problema, al contrario è una opportunità. La nostra identità è appunto nostra, ma il contatto con il pubblico la trasformerà. Magari persino la peggiorerà se non saremo chiari e semplici nel comunicarla.
- Dunque bisogna sempre farsi una domanda. Se si chiede **hai capito ?** si è esclusivi, non si lascia spazio al confronto; se si chiede invece **mi sono spiegato ?** si riconosce all'interlocutore il diritto di non aver capito e si assume il dovere di spiegarsi meglio. Facendo continuare la partita di palla prigioniera
- Forma #6: in un mondo social, bisogna sempre essere social. Where sport, wear sport: dove c'è l'occasione di parlare di sport, indossare subito la divisa da sportivi, del proprio club, della propria squadra

De Coubertin, oggi

- L'importante è comunicare (e saper comunicare). E la partecipazione è una forma di comunicazione, la prima possibile per il pubblico, la prima misura del nostro successo
- Non solo: oggi i social danno la possibilità a ognuno di noi, per la prima volta nella storia, di essere un comunic-**Attore**, ovvero protagonista della comunicazione
- Forma #7: la comunicazione è una materia troppo importante per lasciarla ai professionisti del settore. Ognuno di noi può fare notizia. Ognuno di noi può essere la tv della sua squadra e del suo evento

Un mezzo di comunicazione

- *«Nel futuro, i media saranno giudicati dalla loro abilità di distribuire contenuti che hanno importanza per il singolo individuo più che per una larga massa di gente. Il servizio giornalistico del domani sarà misurato dalla sua capacità di venire incontro ai bisogni di conoscenza dei lettori quando questi hanno bisogno della conoscenza, piuttosto che quando gli eventi accadono o viene creata una storia» World Association of Newspaper*
- Forma #8: il futuro dello sport si sviluppa in un campo più grande di quello che siamo abituati a frequentare

In chiusura

- Tutti possiamo comunicare
- Partiamo però dalle domande e non dalle risposte. Chi può fare domande su di noi ? Noi. Chi può dare risposte su di noi ?
- Prendiamo lezione da Kennedy: non chiediamo che cosa i media, il pubblico, i pubblici possono fare per noi. Chiediamoci cosa possiamo fare noi per i media, il pubblico, i pubblici
- Forma finale: lo sport è il più antico e collaudato dei social network. **IL BASKET è UN SOCIAL NETWORK.** Non è solamente qualcosa di sportivo, è un fatto sociale rilevante. è quello che siamo noi, è la nostra visione della società. Non è solo un risultato, è il nostro modo di vivere.