Barck Obama neo presidente degli Stati Uniti d'America. Vittoria pronosticata. Sperata. Primo presidente nero della prima potenza mondiale. Segno di svolta. Volontà di cambiare. Tano si è discusso e si è parlato di questa lunghissima campagna elettorale. Dei due principali candidati. E non solo. Dei retroscena politici, economici e di costume. Poco o nulla invece si è parlato invece della cosi detta "tripla o" come è stata soprannominata la " Obama's operation online", ovverosia la task force digitale messa in piedi dallo staff del candidato democratico. Ormai nota è la presenza di Obama in ogni angolo del web, e lo straordinario utilizzo dei social networks come strumento di dialogo con il popolo, con l'americano medio. Ebbene vale la pena ricordare alcuni nomi. I veri artefici di questa missione. Di questa vittoria. Su tutti Chris Hughes, ventiquattrenne cofondatore di Facebbok, che si è occupato della parte social networking. Kate Albright Anna, con alle spalle esperienze alla CNN, ch si è occupata della sezione video. Scott Goodstein a supervisionare la messaggistica digitale.

Sono questi i tre principali collaboratori del neo presidente americano. Insieme raggiungono l'età di novanta anni. Insieme sono riusciti nell'impresa. Un vero e proprio gioco di squadra. Ognuno con il proprio compito e le proprie mansioni. Parola d'ordine comunicare con il web e attraverso il web. Per coinvolgere. E convincere. Non c'è stato dettaglio che non è stato curato fino ai mini particolari. Strategie comunicative e di marketing sapientemente studiate a tavolino e realizzate con i migliori esperti del settore e che non lasciavano spazio all'improvvisazione. E a posteriori si può tranquillamente affermare che questa squadra ha portato a casa il suo primo, e forse , più importante successo.

Simone Grasso

8 novembre 2008