

Grande successo per gli Psicologi in Piazza

Grande successo della manifestazione “**Psicologi in Piazza**” organizzata dall’Ordine degli Psicologi della Regione Siciliana.

O almeno questo è quello ci raccontano sui social network i molti colleghi che hanno partecipato all’evento e hanno condiviso foto e video dai quali non si può non notare una bella atmosfera e una buona partecipazione di pubblico.

Il successo di queste attività è una cosa che interessa tutti, per almeno due motivi:

1. questa manifestazione è stata finanziata dall’Ordine **con i soldi degli psicologi siciliani** e quindi abbiamo il diritto di sapere come vengono utilizzati e il dovere di controllare che siano spesi nell’interesse di tutta la categoria;
2. ciò che l’Ordine fa per promuovere la psicologia e i suoi servizi influenza direttamente il modo in cui siamo **percepiti dal pubblico** e quindi anche quali e quante persone si rivolgono a noi e per cosa.

Oltre all’interesse, come psicologi abbiamo anche le competenze per porci alcune domande: ***cosa significa dire che la manifestazione Psicologi in Piazza ha avuto successo e come possiamo misurare questo successo?***

Investire molti soldi in una manifestazione pubblica, infatti, ha senso ed è utile se rappresenta uno degli elementi di un articolato piano di marketing strategico, cioè orientato al raggiungimento di obiettivi specifici e misurabili. Altrimenti è soltanto una **bella festa**, in cui incontri un po’ di gente che non conoscevi, fai quattro chiacchiere, un bel girotondo e torni a casa. O, peggio, una iniziativa finalizzata soltanto ad acquisire un **credito elettorale** nei confronti dei colleghi

che hanno partecipato, da spendere alle prossime elezioni...

L'Ordine degli Psicologi ha una strategia di marketing o realizza attività sporadiche e scollegate tra loro?



Se esiste, qual è la strategia di marketing dell'Ordine? Qual è l'immagine della categoria che l'Ordine vuole promuovere? A quale target è stata rivolta questa manifestazione? Quali erano gli obiettivi specifici? Come sono stati misurati? Esiste o esisterà un report di analisi dei risultati raggiunti, sulla cui base poter dire che la

manifestazione è stata effettivamente un successo?

Potremmo ipotizzare che l'obiettivo di Psicologi in piazza fosse quello di agire sulla percezione diffusa che l'opinione pubblica ha della psicologia e degli psicologi, ma saremmo ancora ad un livello troppo generico, quindi dovremo chiederci su quali variabili si sia intervenuti esattamente e con quale obiettivo specifico.

Ad esempio, gli organizzatori potrebbero aver voluto intervenire sulla variabile "popolarità della categoria", nella convinzione che una maggiore popolarità comporti un aumento dei clienti dei singoli psicologi. Esiste un modello teorico che consente di predire un maggior numero di richieste a fronte di una maggiore popolarità? Qual era il livello di partenza (baseline) della popolarità degli psicologi? Come era stato misurato? E dopo la manifestazione?

E quali altri aspetti della nostra immagine professionale sono stati presi in considerazione e presidiati? L'autorevolezza?

La competenza? La percezione di utilità? La compassione e l'ascolto di chi vive nel disagio o la capacità di prevenire e risolvere problemi sociali complessi?

Potremmo farci mille di queste domande, ma resterebbero tutte senza risposta, a meno che l'Ordine non voglia condividere con noi il proprio piano di marketing e non ci consenta quindi di valutare – **numeri alla mano** – se Psicologi in piazza, come speriamo, ha avuto successo o è stata solo una piacevole festa tra alcuni psicologi e qualche passante.

A margine di queste riflessioni è opportuno fare anche un'altra considerazione.

In questi giorni è in corso l'ennesimo capitolo dell'estenuante saga tra psicologi e counselor: la votazione pubblica sulla norma UNI che dovrebbe disciplinare la supposta professione del counselor. **Dopo molti tentennamenti**, anche l'Ordine ha preso una posizione a favore della nostra categoria e contro l'abuso di professione, invitando gli iscritti a votare no.

La psicologia è una professione protetta, non per interessi corporativi, ma per tutelare il pubblico e i clienti. Quale migliore occasione, quindi, di una manifestazione pubblica per fare informazione sul problema e sui rischi in cui i cittadini possono incorrere rivolgendosi ad un counselor non psicologo? **Eppure, pare che lo stand dell'Ordine si sia limitato a distribuire penne, palloncini e borsette...**