



Socializzare, testimoniare e collaborare nell'era digitale

Corso InterMediando - NetOne.org

Sassone (Roma) dal 18 al 23 giugno 2007

Xavier Debanne

debanne@mclink.it - www.ananiainrete.it

L'era digitale: un esempio di applicazione

- Le raccomandate possono essere "tracciate" grazie ad un "codice a barre"
- Inizialmente la tracciatura era una procedura interna alle Poste Italiane
- Oggi il Cliente può tracciare le sue raccomandate tramite il sito Web delle Poste (servizio "DoveQuando")



Visualizza dove si trova il codice



Il servizio di monitoraggio è attivo dalle ore 7.00 alle ore 23.00

Inserisci il codice dell'invio:

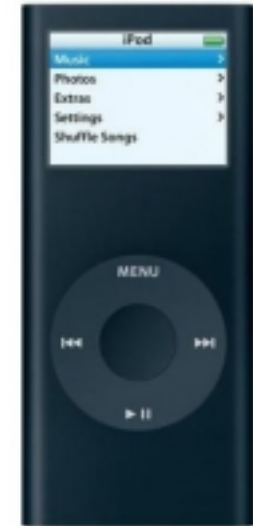
Inserisci la data di spedizione:

(gg/mm/aaaa)

Esegui la ricerca ➔

L'ambiente si è riempito di oggetti digitali

- Il personal computer, spesso collegato ad Internet
- Il telefonino, sempre più prodotto con fotocamera digitale
- Il lettore di CD e di DVD
- La televisione satellitare
- Internet e MP3 hanno rivoluzionato la diffusione, la commercializzazione e il libero scambio della musica
- Le macchine automobili possono essere equipaggiati con navigatori satellitari
- La fotografia è diventata digitale



Dalla fotografia analogica alla fotografia digitale

Prima metà del '900: 10 scatti all'anno.
Nella seconda metà del secolo: più di un rullino a testa.
Oggi si scatta una foto anche se non c'è un evento, solo per essere protagonisti della comunicazione



Adulti e ragazzi di fronte alla fotografia digitale



- Vantaggi della fotografia digitale: **strumento** meno costoso, più flessibilità, immediatezza
- Tuttavia rimane la **materialità**



- I ragazzi preferiscono il cellulare
- La fotografia è un'**opportunità** per socializzare
- Preferiscono condividere tramite album fotografico online (per esempio **Flickr.com**) piuttosto che utilizzare i MMS
- Commenti e "tagging" sono fondamentali



Più in generale ...

- Si può non percepire la riorganizzazione distributiva e commerciale, la rivoluzione nella modalità di fruizione

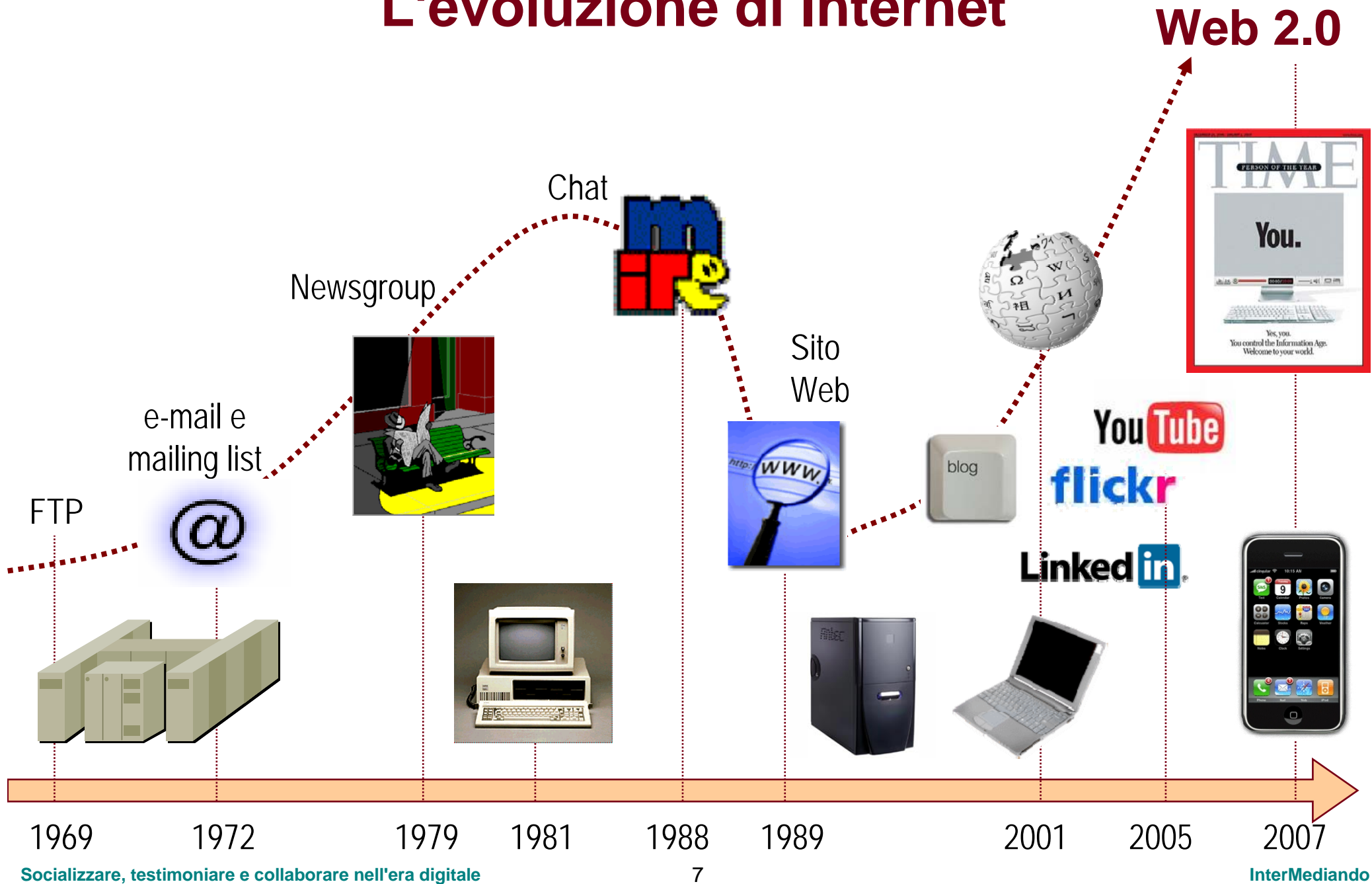


→ In questo caso si aderisce "**superficialmente**" al cambiamento tecnologico



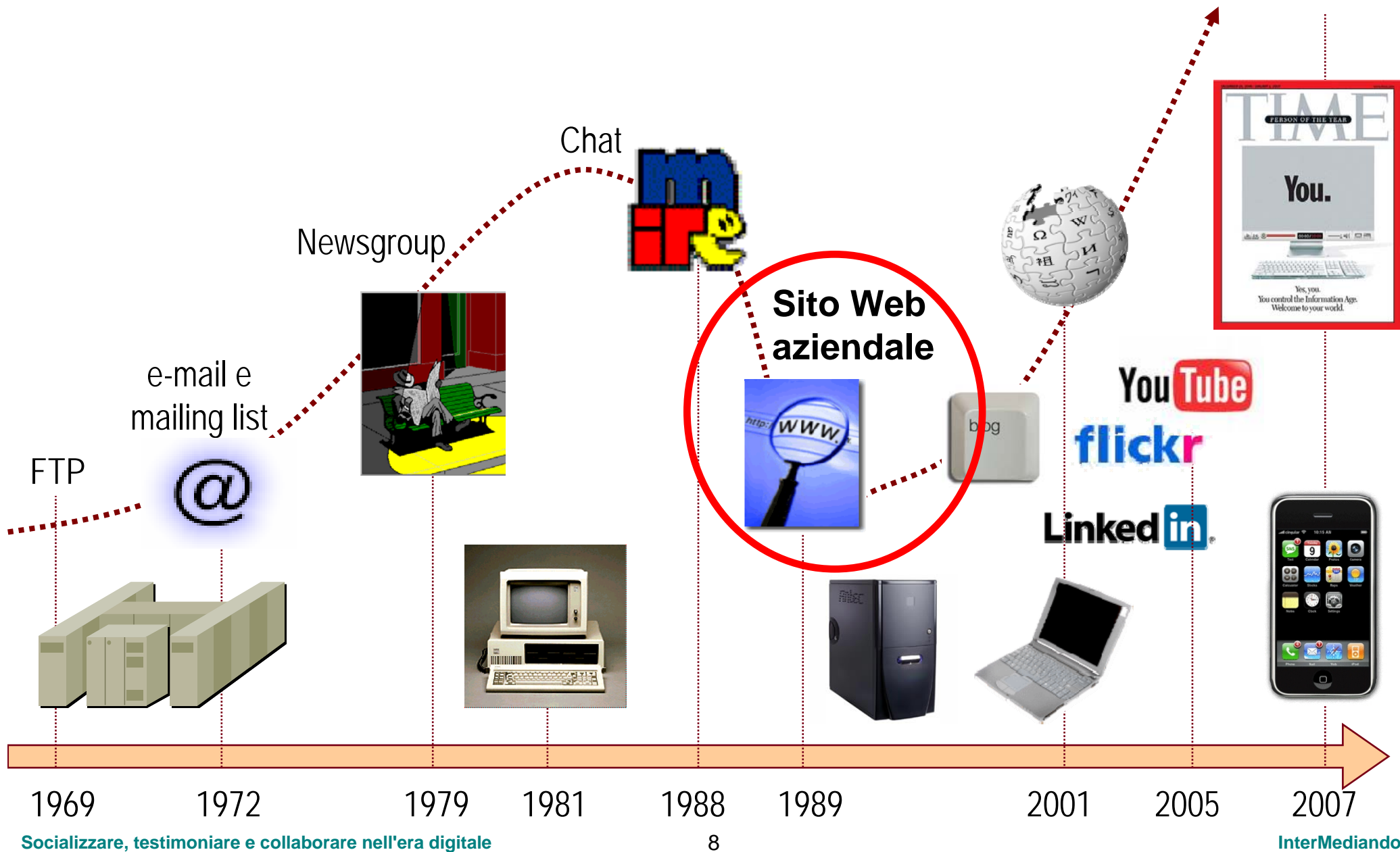
- Si può sfruttare i processi dell'era digitale: download, upload, tagging, attività autoriale in genere, ecc.
- In questo caso si adotta **lo stile di vita digitale**

L'evoluzione di Internet



L'evoluzione di Internet

Web 2.0



L'evoluzione del MarCom in azienda

Prima del Web

- Il materiale marketing era cartaceo:
 - brochure istituzionale
 - brochure di mercato
 - brochure di prodotto
 - pieghevole, flyer, ecc.
- Veniva distribuito nelle fiere, nei convegni o veniva spedito per posta

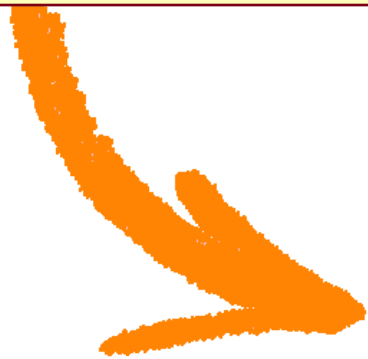
Con il Web

- Il materiale marketing è sempre più digitale
- Per ridurre i costi, le brochure, i pieghevoli, ecc. vengono pubblicati sul sito Web aziendale, sia in formato HTML che in PDF
- Da occasione di comunicazione, i siti Web aziendali sono diventati luoghi noiosi, autoreferenziali, dove tutti dicono le stesse cose



Per uscire della cultura dell'autoreferenzialità

Azienda leader
Offerta a 360 gradi
Offerta globale in grado di soddisfare ...
Centri di eccellenza
Con oltre 40 anni di esperienza nel settore ...



Con la progressiva indifferenziazione della dimensione prestazionale, l'esperienza tende a diventare l'elemento distintivo nella comunicazione.

Andrea Granelli

La comunicazione basata sulle Case History

Definizione:

Una **Case History** è la storia di un progetto esemplare, concluso con successo e con reciproca soddisfazione del Cliente e dell'Azienda

Perché comunicare:

- per evidenziare gli elementi che rappresentano il valore aggiunto dato dall'Azienda fornitrice al Cliente con la soluzione implementata
- per valorizzare la capacità dell'Azienda di instaurare rapporti di partnership

Criteri di selezione:

L'innovazione tecnologica, il settore merceologico, i temi business, le attività svolte, il volume d'affari del progetto, ecc.

La struttura di una Case History

1 Una breve e sintetica presentazione del Cliente, utile a far comprendere il contesto in cui si inserisce la Case History

2 **L'illustrazione della sfida, ovvero del bisogno del Cliente**

3 *La soluzione implementata dall'Azienda*

4 La spiegazione dei benefici (economici, qualitativi, operativi), in ovvia relazione alla sfida, che la soluzione implementata ha portato al Cliente.
Se possibile, la testimonianza del Cliente

In definitiva, come le Aziende hanno affrontato il fenomeno Web ?



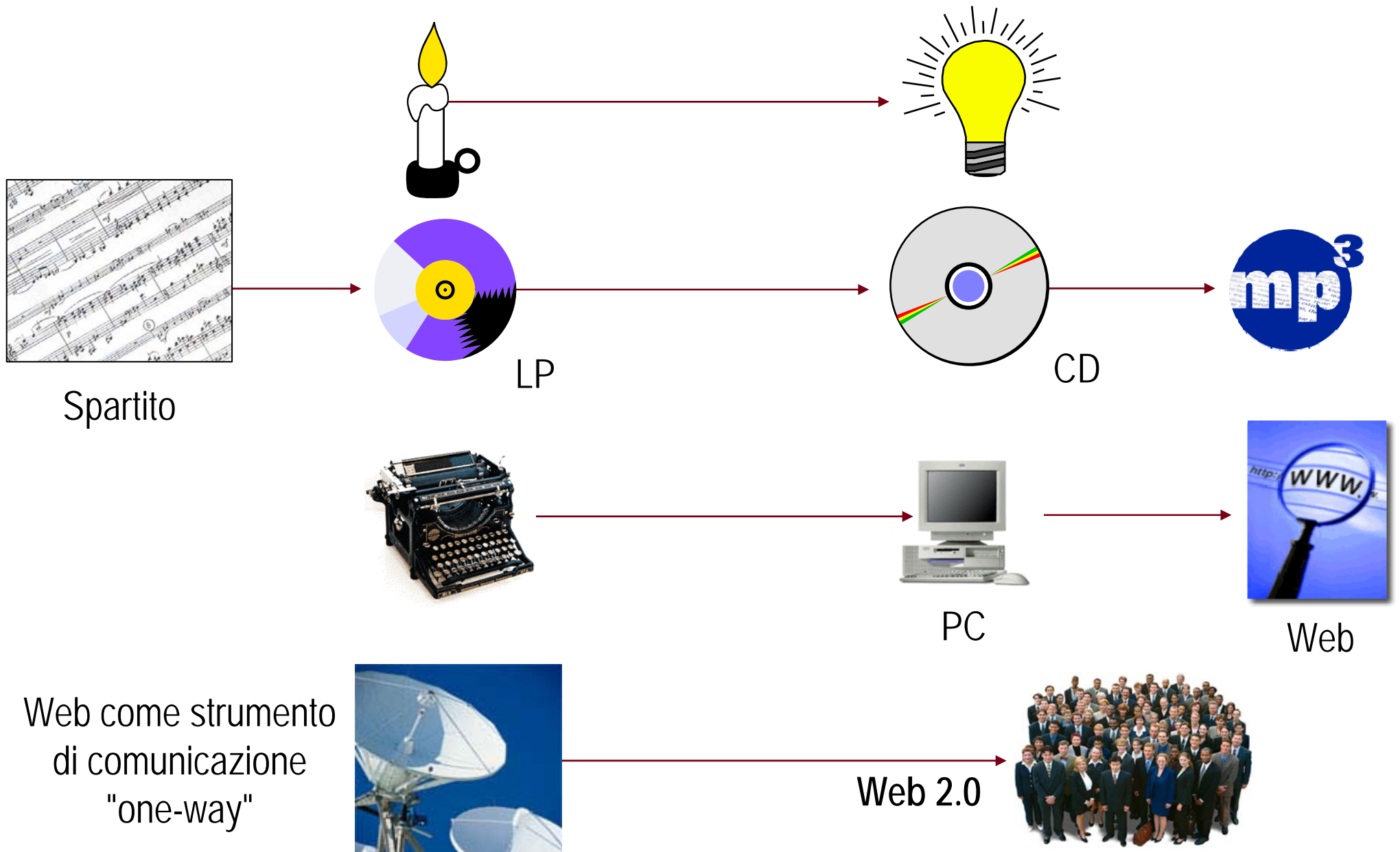
Per concludere ...

- Chi percepisce il digitale come un semplice salto tecnologico si sbaglia

- Abbiamo visto due esempi di "adesione" all'era digitale:
 1. Il digitale ha cambiato l'approccio alla fotografia
Ora è diventata un linguaggio immediato, come gli SMS, per condividere e socializzare
 2. In un mondo sovraffollato di informazioni, serve la capacità di narrare e di testimoniare, collaborando

→ «L'uomo contemporaneo ascolta più volentieri i testimoni che i maestri [...] o se ascolta i maestri lo fa perché sono dei testimoni», *Evangelii Nuntiandi* di Paolo VI, n.41, 1975.

... alcuni cambiamenti vecchi e nuovi



Spartito

LP

CD

PC

Web

Web 2.0

Web come strumento di comunicazione "one-way"

Bibliografia

- **Fotografia digitale:**
 - Aa. Vv., *Cellulari, uno su due ha la fotocamera*, Punto-informatico.it, 6/11/2006, [<http://punto-informatico.it/p.aspx?i=1740764>].
 - Aa. Vv., *Ricerca socioculturale "Etnografia del digitale" condotta dalla Kodak sull'uso domestico della fotografia digitale*, 2003.
- **Web aziendale e Case History:**
 - Carrada L., *Scrivere un case study*, Maggio 2003, [<http://www.mestierediscrivere.com/testi/casestudy.htm>].
 - Debanne X., *Guida alla stesura di una Case History*, Marzo 2007, [http://www.ananiainrete.it/servizi/materiale/070329_FIT_Guida%20alla%20stesura%20di%20una%20Case%20History.pdf].

Socializzare, testimoniare e collaborare nell'era digitale

Grazie per la vostra attenzione



Xavier Debanne
www.ananiainrete.it
debanne@mclink.it