

IL FUTURO DEL BUSINESS CERCATELO SU FACEBOOK

Da fenomeno legato al solo ambito personale, le “reti sociali” online stanno esplodendo quali generatori di affari e contatti anche nella sfera professionale.

a cura di **Giorgio Gini**

Quello dei “social media” è un tema di estrema attualità: si tratta di strumenti sempre più diffusi ormai anche in Italia. Il 44,2% dei nostri connazionali maggiormente risulta iscritto a Facebook - il più popolare tra questi strumenti - con un incremento del 13,5% rispetto al 2009. Addirittura solo il 7,8% degli over 65 dichiara di non sapere cosa sia Facebook (il 57,2% in meno del 2009) e il 31,1% di

loro si è registrata sul social network. Non risultano esserci grosse distinzioni neanche dal punto di vista geografico, infatti è su Facebook il 41,7% dei cittadini del Centro-Sud, il 41,9% dei residenti nelle isole, il 49,5% del Nord-Ovest e il 39,4% del Nord-Est.

Il fenomeno, fino ad oggi diffuso prevalentemente per utilizzo all'interno della sfera personale e privata (si è iscritti ai social network per chiacchierare con gli amici o cercare un nuovo flirt, condividere foto di viaggi ed emozioni personali), si appresta ora a far esplodere tutto il potenziale anche nell'ambito business. L'esperienza degli Stati Uniti ci anticipa quali saranno le tendenze da qui a poco anche nel nostro Paese. Da una recente ricerca condotta fra i marketing manager americani sono emersi infatti dati interessanti riguardo alla percezione dei benefici apportati dai social media nella sfera professionale: al primo posto la visibilità

per il proprio business (81%), seguono l'incremento del traffico e degli iscritti (61%), la creazione di nuove partnership (56%), l'aumento e il miglioramento del posizionamento sui motori di ricerca (52%), la creazione di risultati di

qualità (48%) e infine anche la riduzione delle spese di marketing (45%).

Scappare è inutile, fingere che le cose siano come sempre anche. I clienti e gli utenti sono sempre più esigenti, ma meno disposti a spendere denaro e tempo. La concorrenza è spietata e sopravvivrà chi ha saputo evolversi. Questa è la realtà nell'era di internet e di tutti i suoi “figli”. Come è possibile far fonte a tutto ciò? Come muoversi concretamente? Quali strategie è meglio adottare? Per aiutare a comprendere e in un certo senso cavalcare il fenomeno, Smau ha lanciato l'arena marketing trends, area di punta del progetto Smau Business Roadshow 2010, che ha fatto registrare il tutto esaurito per le prime tre

tappe del circuito a Bari, Roma e Padova. All'interno di questo spazio i visitatori possono discutere e confrontarsi con i massimi esperti in materia, analizzando le prospettive di sviluppo del proprio business attraverso le nuove frontiere della comunicazione aziendale. Sono presenti i maggiori esperti italiani per spiegare come sfruttare al meglio l'instabilità e le occasioni

emergenti. Si trovano puntuali spiegazioni su tutti i nuovi strumenti di comunicazione e marketing, dai social media ai motori di ricerca, dal viral marketing alla lettura delle analytics, dal guerriglia marketing al “web squared”. ■



Fotolia.com

**Un'indagine Usa
evidenzia come
i marketing
manager
attribuiscono
un ruolo strategico
a questi mezzi**