



18 febbraio 2009

La rete: reali opportunità e falsi miti

Mauro Marinello – Presidente Gruppo Giovani Imprenditori Apindustria Padova

ApiFocus, sesta edizione. Perché questa tipologia di evento? Crediamo nell'importanza del confronto tra noi imprenditori, giovani e non, delle esperienze vissute quotidianamente in azienda come imprenditori e nella società come persone. Abbiamo scelto di creare appuntamenti con argomenti mirati sia per contenere il tempo, sempre molto prezioso e limitato, sia per poter approfondire e commentare le specifiche tematiche con tutti i partecipanti. La nuova sede di Apindustria Padova, l'associazione di riferimento per la piccola e media azienda è la cornice ideale per fornire e recepire spunti e contributi innovativi sulle tematiche del mondo imprenditoriale. Dopo cinque edizioni nel 2008 di successo per gli argomenti proposti e la ricca partecipazione, questa prima edizione del 2009 ha registrato la presenza di oltre 25 ospiti tra cui imprenditori, manager e studenti universitari, riconfermando l'importanza di momenti simili.

SI RINGRAZIANO:



Introduzione a cura di Pietro Rossato Station manager | Radio Ca'Foscari

Che cos'è una rete? Come la si può identificare e classificare? Quali sono le sue caratteristiche, il suo valore? L'introduzione al tema dell'incontro è stata focalizzata nel voler dare una risposta chiara a queste domande, spesso lasciate in secondo piano quando si parla dei "prodotti della rete". Comunità, reti sociali, forum, blog, wiki, sono nient'altro che parte di reti, diverse per modalità d'uso e obiettivi. Si tratta comunque di relazioni tra persone, vere o virtuali, a diversi livelli, ma è importante tenerlo sempre a mente. Si possono mettere in rete le proprie relazioni, la propria conoscenza con lo scopo di condividerla, i propri problemi per cercare delle soluzioni, l'esperienza dei propri clienti per dare valore aggiunto al ruolo dell'azienda. Con queste premesse si possono definire con maggiore precisione qual è il ruolo chiave della rete nelle realtà di questo incontro. MarketingArena e FullOut sono due progetti, oggi aziende, che si basano sulla filosofia di network aperto e globale propri del web. Meno legati alla sola tecnologia ma più focalizzati al contenuto e al metodo, Liquid Diamond e YOUS sono esempi dove la rete è intesa come strategia aziendale forte.

DIBATTITO: SPUNTI DI RIFLESSIONE

Samuel Gentile Multimedia Dept. Director | Liquid Diamond

Liquid Diamond nasce 6 anni fa dall'unione di 2 persone. Oggi è un'azienda che si occupa di di new media, in grado di esprimere al meglio le potenzialità del cliente grazie alla padronanza dei diversi strumenti comunicativi. L'azienda ha concepito la propria struttura in maniera innovativa: costruire una rete attorno al cliente modellandosi in base ai bisogni da soddisfare. Niente strutture verticali, niente filtri e passaggi obbligati da classica impresa, minori impegni burocratici di una normale start-up. I vantaggi sono indubbi: maggior efficacia e know-how di Liquid Diamond in contatto diretto con chi desidera lavorare con questa agenzia. Risulta difficile garantire la solidità della struttura a rete al mondo esterno.

Giorgio Soffiato Direttore | MarketingArena

La presa di coscienza: siamo bombardati dalla comunicazione, i canali comunicativi sono saturi. In altre parole, la pubblicità è morta. Il marketing trasferito in rete esiste e resiste solo se alla base c'è un cambiamento di approccio adatto alla rete. Il web è in continua trasformazione, e le tecnologie cosiddette 2.0 si reggono sulla condivisione e collaborazione degli individui che la popolano. Per le PMI è necessario pensare a 3 parole chiave per il marketing sulla rete: la centralità del cliente su tutto, perché in rete vuole essere ascoltato e protagonista, la fidelizzazione del cliente, perché in rete il brand "buono" guadagna consenso, e l'onestà, perché in rete il paese è piccolo e la gente mormora.

Alessandro Duregon Business manager | FullOut

Il progetto www.fullout.it è l'unione del mondo delle imprese con il mondo dell'innovazione. Siamo in presenza di "close innovation" quando le aziende o enti implementano strategie di ricerca e sviluppo utilizzando solo risorse interne. A fronte di importanti investimenti, i risultati in termini di nuovi prodotti da introdurre sul mercato sono modesti, e il risultato non è garantito. FullOut è un progetto padovano di "open innovation" che mette in rete la ricerca aziendale per trovare, nel mondo, chi ha la soluzione. E' una terza via, rispetto ai sistemi interni o ai centri di trasferimento tecnologico, che permette di ampliare il bacino di problem solver con costi bassi e certi. Il modello è già utilizzato con successo da piccole aziende come da grandi multinazionali.

Carlo Scatturin Amministratore delegato | YOUS

Un magazine on-line, un progetto innovativo che sposa la filosofia open-source per dare valore aggiunto alla comunicazione di YOUS, una nuova agenzia per il lavoro che ha importanti obiettivi di crescita. "Profumo di Carriera" è questo, risponde all'esigenza di valorizzare le relazioni nel mondo del lavoro, il patrimonio più importante per una agenzia che opera per favorire l'incontro tra domanda e offerta di lavoro. Nel magazine sono condivise le interviste sotto il profilo personale e di carriera di figure professionali di successo nelle piccole, medie e grandi aziende: una fonte genuina di contenuti importanti per chi persegue il miglioramento personale grazie al confronto e allo scambio di punti di vista. Di contorno si trovano dei focus sulle nuove tecnologie di social network e i sondaggi sul mondo del lavoro.