

ABBONAMENTI ARCHIVIO PIÙ VISTI SOCIAL METEO TUTTOAFFARI LAVORO LEGALI NECROLOGIE SERVIZI 

# LA STAMPA.it TECNOLOGIA

Cerca...

TORINO - CUNEO - AOSTA - ASTI - NOVARA - VCO - VERCELLI - BIELLA - ALESSANDRIA - SAVONA - IMPERIA e SANREMO

VOCI DI MILANO

ATTUALITÀ OPINIONI ECONOMIA SPORT TORINO CULTURA SPETTACOLI MOTORI DONNA CUCINA SALUTE VIAGGI EXTR@ FOTO VIDEO

HOME POLITICA ESTERI CRONACHE COSTUME TECNOLOGIA SCIENZA AMBIENTE LAZAMPA I TUOI DIRITTI MARE MONTAGNA SPECIALI

Tweet 0

0



Rimuovi dalla timeline di Facebook

## TECNOLOGIA

21/09/2011

# Le imprese italiane sul Web: "Social a parole ma non nei fatti"

Dallo studio condotto da SDA Bocconi: «Facebook e Twitter? Opportunità di business ancora da scoprire»

GIUSEPPE FUTIA

Le aziende italiane? Social, ma non troppo. E' quanto emerge da uno studio commissionato da Alcatel-Lucent Enterprise e condotto dall'Osservatorio Business Intelligence di SDA Bocconi School of Management, che evidenzia il ruolo nelle strategie aziendali di strumenti come Facebook e Twitter: fondamentali per confrontarsi con i clienti, ma le cui potenzialità sono ancora tutte da scoprire.



Secondo i risultati della ricerca, che ha coinvolto più di mille realtà italiane ed estere con management italiano, il 31% degli intervistati rivela come i social media siano un canale molto utile per avere giudizi non filtrati. Il 38% ne conferma l'importanza, sottolineando tuttavia la notevole quantità di tempo necessaria per il loro monitoraggio. Ma c'è un altro elemento che colpisce: ben il 20% del campione dichiara infatti che tali strumenti non aiutano a fare business.

Per Andrea Albanese, ricercatore presso l'Osservatorio sulla Business Intelligence, «questo dato è dovuto a preconcetti sull'efficacia dei social network nella gestione dei clienti e rivela la necessità di strutturare i propri servizi», per fornire risposte utili e puntuali. «Ecco perché, sottolinea Moreno Ciboldi, Vice President Central Mediterranean Countries di Alcatel-Lucent, occorre una piattaforma che integri i social media all'interno dei servizi per il "customer care"». La suite di applicazioni Genesys, sottolinea ancora Ciboldi, è una soluzione in grado di fornire i presupposti tecnologici per rispondere a questa esigenza. Molti degli intervistati, che ricoprono ruoli dirigenziali all'interno di imprese che si occupano di attività "business to business", hanno sottolineato come, grazie a questa integrazione, gli operatori abbiano una visione completa dell'opinione del cliente (25%), ne possano risolvere i problemi più velocemente (12%) e possano rispondere direttamente alle sue richieste (17%).

Una percentuale non trascurabile del campione, tuttavia, appare "spaventata" da queste nuove possibilità: più di un quinto degli intervistati dichiara infatti che i social network rischiano di diventare il luogo di lamentele dei disservizi. Per questi motivi, oltre alla gestione delle conversazioni con i propri clienti su device d'accesso differenti, si deve tener conto del cosiddetto "sentiment" che emerge dal dialogo tra i propri clienti, da cui spesso le aziende sono escluse: la piattaforma Genesys consente a questo proposito di raccogliere e analizzare a livello semantico dati non strutturati.

Ma quale futuro attende le imprese italiane nel contesto dei social media? Secondo Albanese è fondamentale anticipare ciò che tutti faranno tra uno o due anni, scegliendo lo strumento più adeguato per raggiungere i propri fini. «Se voglio fare business in Asia, dovrò puntare su un social network molto consolidato in quell'area, mentre se intendo pubblicizzare i miei prodotti in Europa oltre a Facebook posso utilizzare A Small World o Google+». Rimane un fatto, spiega infine Albanese: «I clienti non vogliono essere amici delle aziende da cui comprano, ma desiderano esprimere al meglio le proprie necessità ed essere ascoltati. Meglio tenere separati i ruoli per evitare confusione».

## Ultimi Articoli

+ Tutti gli articoli

### OPEN LETTER TO SKYPE

FROM CONSUMERS' PROTECT ASSOCIATES, INTERNET ACTIVITY, JOURNALISTS & OTHER ORGANIZATIONS

(Gennaio 2011)



+ Appello a Microsoft e Skype su privacy e trasparenza



+ Google guida la lotta per limitare l'accesso delle autorità ai dati personali



+ Web Movies in streaming dal 31 gennaio



+ Il Web "svela" la Corea del Nord



+ È il Dna l'hard disk del futuro

+ Google, Apple, The Pirate Bay Wikileaks: il cinema racconta il Web

## Condividi gli articoli con i tuoi amici

Con l'app Facebook LaStampa.it puoi condividere immediatamente le notizie e gli approfondimenti che hai letto.

Attiva l'app sul tuo profilo e segnala a tutti i tuoi amici le tue news preferite!

Scopri di più su [facebook.lastampa.it](https://facebook.lastampa.it)!

Accedi a Facebook

## SPECIALE ELEZIONI



NEWS /  
MULTIMEDIA



SCOPRI LE  
NOSTRE APP



LE VOCI DELLA  
POLITICA



PREMIO 1APP  
4DEMOCRACY



I RISULTATI DEL  
2008



GOOGLE  
ELEZIONI

Annunci PPN

**Conto Corrente  
Arancio**

Zero spese, carta di credito  
gratis. Scopri i vantaggi!  
[contocorrentearancio.it](http://contocorrentearancio.it)



**Impianti Fotovoltaici**  
Confronta 5 Preventivi  
Gratuiti e Scegli il Migliore  
Della Tua Zona!  
[Fotovoltaico.Preventivi.it](http://Fotovoltaico.Preventivi.it)



**BINCK! Conto Trading a  
costo ZERO**  
Il bollo è gratis per sempre.  
[Apri il conto Binck!](#)

Fai di LaStampa la tua homepage

P.I.00486620016

Copyright 2012

Per la pubblicità

Scrivi alla redazione

Gerenza

Dati societari

Stabilimento

Sede