



COMUNICAZIONE

## Con Labyring la finanza si fa social network

**Un network verticale sul mondo finanziario. Stringere e gestire relazioni non solo in quantità, ma anche in qualità, attraverso la produzione di contenuti condivisi. Questa la mission di Labyring. L'intervista di Eccellere a Nicola Dario, tra i fondatori del social network appena lanciato.**

di Enrico Ratto

Mettere in relazione gli uomini e le donne che operano nel mondo della finanza: un mondo tradizionalmente fatto di riservatezza e di condivisione ponderata delle informazioni. Ma anche un mondo fatto di persone e al quale i social network generalisti dedicano uno spazio limitato rispetto a temi come il marketing, la tecnologia, la formazione. Da questa osservazione del mercato, della molta domanda e della scarsa offerta, nasce **Labyring**, network finanziario sviluppato da un gruppo di operatori legati a Captha, società di consulenza nei settori Banking e Finance, particolarmente attenta alla produzione di contenuti verticali sul settore. Eccellere ha intervistato Nicola Dario, tra gli ideatori di **Labyring**.

### Dott. Dario, perchè nasce Labyring?

In Italia mancava un social network verticale sul mondo finanziario. Esistono spazi particolarmente generalisti, dove si creano delle nicchie di discussione e di contatto, dei gruppi focalizzati sul mondo della finanza. Ma un social network che metta in relazione persone che operano in questo settore, che utilizzi la loro terminologia, in grado di selezionare i contatti in base a criteri propri del mondo finanziario, non esisteva.

### Quanto è durata la gestazione del progetto?

Circa un anno. Labyring è stato lanciato in fase di test per qualche mese ed è stato presentato ufficialmente il 6 aprile 2009.

### Si può già fare qualche numero?

Oggi abbiamo 1500 partecipanti, un numero sempre in evoluzione. Sono tutti profili in target: dal giovane professionista al middle manager.

### Su quali criteri è stato concepito?

Labyring vuole sicuramente puntare sull'aspetto relazionale del social network, e vorremmo rendere molto reali e concrete le relazioni. Per questo i livelli di separazione sono limitati a tre: amici, e amici degli amici.

### In questo modo non si rischia l'effetto database? Accumulo di contatti e poca attività in fatto di contenuti?

L'effetto database è disincentivato da tutta una serie di regole sui rating. Ogni persona, visto che siamo in ambito finance, ha un rating che viene costruito nel tempo sia in base al livello di completezza del profilo della persona, sia in base alla capacità della persona di produrre contenuti.

### Quantità e qualità...

Il 70% del rating si ottiene in base a criteri di quantità: informazioni sul proprio profilo, eccetera. Ma c'è un 30% che si ottiene in modo più complesso, attraverso un meccanismo di selezione, di qualità dei propri contatti... Il rating è un bollino di qualità conferito in maniera orizzontale, dal network stesso, e non in modo verticale, per esempio da una commissione di pochi. Ma questa è una caratteristica propria del social network.

### Quali leve avete individuato per stimolare la crescita di Labyring?

Innanzitutto la possibilità di invitare nel network nuovi contatti personali. Poi c'è una importante partnership in tema di domanda e offerta di lavoro con Financial Career, società con sede a Londra. Infine ci sono alcuni tools molto interessanti per la pubblicazione dei contenuti, per la creazione nel tempo di una vasta biblioteca di consultazione.

### Per esempio?

Ogni membro del network può pubblicare direttamente i propri file. I documenti e i pdf vengono caricati e

trasformati in formato flash sfogliabile. Solo se l'autore fornisce l'autorizzazione, possono essere messi in dowload, altrimenti resta un flash dove il copia/incolla non è abilitato. In questo modo vogliamo tutelare i diritti degli autori.

### **La biblioteca può trasformarsi in condivisione di progetti, qualcosa di meno statico...**

Infatti. La condivisione di file word ed excel è uno strumento molto interessante per la condivisione di progetti, per creare dei team di lavoro.

### **Quale vuole essere il posizionamento di Labyring?**

E' un marchio che vuole abbandonare qualsiasi elemento ludico del social network, ma mira a far crescere all'interno del network persone e professionalità. Dagli altri siti di social network abbiamo preso spunto nell'ambito dell'instant messaging, del "a che cosa stai lavorando", nella possibilità di porre delle domande. Non abbiamo preso in considerazione la possibilità di "agganciare" direttamente le persone, come succede su Facebook.

### **Come si sosterrà nel tempo Labyring?**

Con forme di advertising molto segmentati, per esempio. Inoltre, con la possibilità di avere alcuni servizi Premium. Non puntiamo sul commercio di dati e profili, non credo ci ponga in una posizione corretta rispetto ai nostri utenti.

### **La finanza è un mondo a cui l'Italia può stare un po' stretta. Quale è il vostro pubblico di riferimento nel futuro?**

Il sito è già tradotto in inglese, e presto sarà lanciato anche sul mercato anglosassone. Tutto questo nella direzione di creare gruppi ed aggregatori.

28-4-2009

LINK ALL'ARTICOLO:

[www.eccellere.com/public/rubriche/comunicazione/intervista\\_nicola\\_dario-109.asp](http://www.eccellere.com/public/rubriche/comunicazione/intervista_nicola_dario-109.asp)

I testi rimangono proprietà intellettuale e artistica dei rispettivi autori. 2010 -



I contenuti di **Eccellere** sono concessi sotto la **Licenza Creative Commons Attribuzione - Non commerciale 3.0 Unported**. Ulteriori informazioni sono disponibili alla pagina **Note legali** ([www.eccellere.com/notelegali.htm](http://www.eccellere.com/notelegali.htm)).