



Facebook, social network e mashup: il web 2.0 per comunicare, promuovere, innovare

Massimiliano Navacchia – Alessio Cartocci

Sito web - <http://www.navacchia.it/> - <http://www.terrafertile.ch>

Cos'è IWA/HWG



IWA/HWG è un'Associazione professionale no profit riconosciuta leader mondiale nella fornitura dei principi e delle certificazioni di formazione per i professionisti della Rete Internet; è presente in 100 paesi, con 130 sedi ufficiali in rappresentanza di più di 165.000 associati.

La sua missione

- Fornire programmi formativi di qualità
- Fornire agli associati supporto e collaborazione a livello regionale, nazionale e internazionale, nonché un marchio di affiliazione riconosciuto a livello mondiale
- Promuovere i principi universali di etica e di pratica professionale per tutti i professionisti della Rete Internet
- Fornire supporto per la definizione e lo studio di normative nei Paesi in cui è presente



Cos'è IWA/HWG



Partecipazioni e Attività



European Committee for Standardization
Comité Européen de Normalisation
Europäisches Komitee für Normung



Network:

<http://www.iwa.it> - <http://webaccessibile.org> - <http://www.itlists.org> -
<http://blog.iwa.it> - <http://www.skillprofiles.eu>

Contatti:

coordinamento@iwa.it



Quesiti del seminario



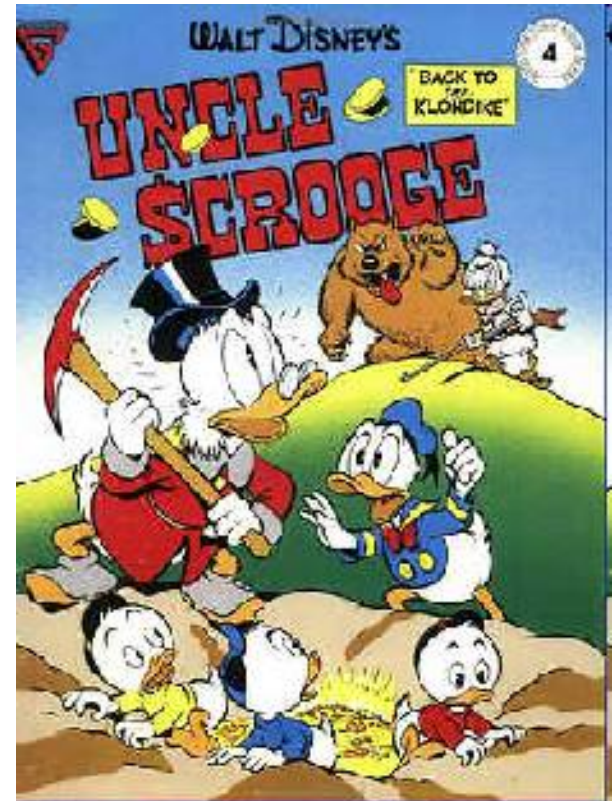
- Facebook è un gioco?
- Il web 2.0 e soprattutto i social network sono inutili per gli affari?
- Come utilizzare il top delle applicazioni presenti sul web e costruire una rete di contatti, politiche di link e ottenere autorevolezza investendo attivamente nel futuro?



In principio era il caos (2.0)?



- Il web 2.0 non è apparentemente ordinato ed allo stato attuale presenta ancora elementi simili all'anarchia: microspazi spesso a gestione personale hanno portato ad una iniziale aggregazione o spontanea o rispondente a logiche e luoghi preesistenti come forum, network, directory, chat.
- Allo stesso tempo però il web non è intrinsecamente ordinabile, o almeno non lo è come lo potremmo intendere noi. Quindi diventa importante conoscerne percorsi e geografie, almeno le principali, non solo per non perdersi ma anche per arrivare tra i primi in questo "Klondike digitale".



Panoramica su web 2.0 e social network



- Per web 2.0 intendiamo non una nuova tecnologia o nuovi strumenti che permettano ad utenti, aziende, enti di pubblicare contenuti su internet, ma un approccio filosofico che mira a considerare sempre in primo piano l'utente (o fruitore) finale che passa da lettore passivo a fruitore attivo non solo dei contenuti, ma editore lui stesso.



E il web 1.0?



- La maggior parte delle tecnologie sulle quali si appoggiano i siti che fanno riferimento al web 2.0 in realtà sono presenti ed utilizzate da diversi anni, ovvero dal secolo scorso, anche se poi perfezionate e combinate con i risultati visibili oggi ad esempio per Gmail, Youtube, Flickr, Facebook



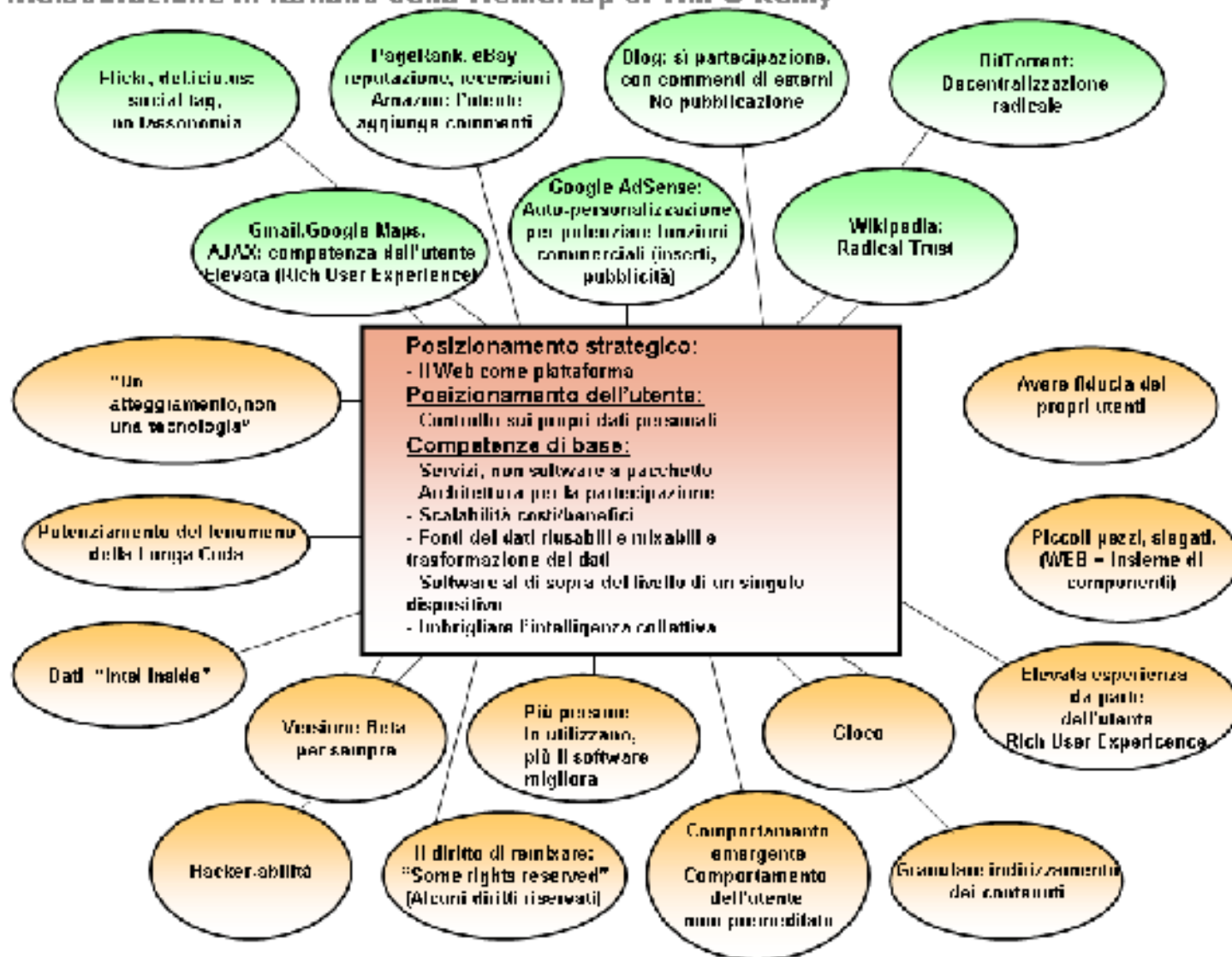
Web 2.0 mattone su mattone

- Approccio strategico da parte delle aziende è quindi considerare il web come piattaforma in cui gli utenti siano padroni dei propri dati e dei contenuti, personalizzando spesso pure le interfacce.
- Interoperabilità, intelligenza collettiva e servizi partecipativi hanno quindi permesso di prendere una nuova direzione che ha portato, come corollario, l'esplosione ed il successo di fenomeni come l'Open Source, la condivisione ed il P2P (quello legale, non la pirateria), il mashup, la riduzione dei costi, la personalizzazione estrema, il viral marketing ed infine, l'estrema importanza di adottare gli standard web



Web 2.0 = tanti mattoni

Rielaborazione in Italiano della MemeMap di Tim O'Reilly



Standard Web e 2.0



- Gli “standard web” sono una serie di regole atte a definire aspetti e tecnologie del web non solo dal lato meramente tecnico ma anche filosofico. Tali standard, sono divisi generalmente in raccomandazioni fornite dal consorzio W3C o, “de facto”, spesso derivati dallo stesso, come per sitemap.org, rss, robots.txt e tramite essi possiamo oggi dividere ed ottimizzare dati, contenuti, struttura e layout.
- Fare web 2.0 e "mashup" utilizzando gli standard web permette quindi l'integrazione di applicazioni diverse in una stessa scena dove al centro si muove il protagonista: l'utente.

International Webmasters Association
/ HTML Writers Guild (IWA-HWG)



IWA/HWG is happy to support W3C works for: promote the web standards. We ask to our members worldwide to develop following W3C guidelines for create a powerful and accessible web for all. ([Member testimonials](#))



Futuro (prossimo) del web 2.0



- In previsione di un futuro dove tutti i dati che necessitano agli utenti saranno fruibili immediatamente tramite la piena applicazione del web semantico, già oggi questo accade per i fini della promozione sui motori di ricerca, per referenziare informazioni e migliorare pertinenza delle ricerche, tramite asserzioni costituite da triple formate da soggetto, predicato e valore.
- Così come altri progetti tracciati da lungo tempo, in un futuro molto prossimo RDFa, l'innovativa tecnologia nonché raccomandazione W3C che coniuga contenuti e dati all'interno di siti e pagine web, ci permetterà di offrire ai motori di ricerca contenuti ottimizzati per una maggiore qualità dei risultati forniti poi all'utente finale.



Facebook per il business

Pubblicità

Pubblicizza su
Facebook



Raggiungi oltre 200 milioni di
utenti attivi di Facebook.
Scopri come trovare veri
clienti grazie alle inserzioni di
Facebook.

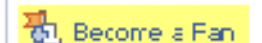


- Anche perché Facebook è utilizzabile gratuitamente, esso è intrinsecamente legato al business 2.0 poiché fornisce guadagni e si mantiene tramite la pubblicità online presente praticamente in ogni pagina.

La filosofia 2.0, similmente a quanto accaduto con Google AdWords (ma manca il corrispettivo di AdSense), permette di raggiungere un target selezionato di potenziali clienti tramite filtri sofisticati ma allo stesso tempo facili da configurare.

Pubblicità

Promuovi la tua pagina

Your Ad Text Here
Nick Sunseri is a fan.


Scegli i tuoi utenti in base a
età, sesso, interessi e altro.
Gli utenti possono diventare
fan delle pagine delle
inserzioni stesse.



DNA di Facebook

- Poiché Facebook si divide in utenti, gruppi, pagine è molto importante prestare attenzione all'utilizzo di ognuno di questi che possono a tutti gli effetti essere considerati strumenti di marketing.
- Infatti se da un lato gli utenti sono composti (o dovrebbero esserlo) da persone in carne ed ossa, i gruppi si differenziano principalmente come condivisione di elementi, hobby, affinità, situazioni comuni e complicità più o meno velate, pubblicità online presente praticamente in ogni pagina.



Generazione di fenomeni?

- Le pagine fan dovrebbero essere principalmente utilizzate per promuovere il brand o per comunicare ufficialmente contenuti da parte di aziende, enti o personaggi pubblici.
- Purtroppo ciò non accade sempre e talvolta vediamo utenti-brand, gruppi-pagine ufficiali e pagine fan di utenti (semi)anonimi.



Alcuni semplici esempi

- PA e Azienda
 - Utente nome Pinco Pallino, (tra le altre cose responsabile comunicazione salumificio Moregnati)
 - Admin del gruppo "amanti del prosciutto cotto" oppure di "Il toast va solo col cotto"
 - Fan Page: Prosciutto cotto Billotto Moregnati

Oppure

- Gino Rossi (segretario politico)
- "Quelli che l'Utopia deve esistere"
- Fan page: Governare Europa

Oppure

- Ivan Drago (funzionario regionale)
- "Geografie del Risiko"
- Fan page: Turismo in Kamchatka



twitter



- Twitter è una piattaforma di microblogging, ovvero offre la possibilità di comunicare tramite appena 140 caratteri. Spesso le notizie sono accompagnati da url, ovvero indirizzi web, brevi appositamente realizzati per offrire redirect occupando pochi bit (poco spazio)
- I messaggi via Twitter possono comprendere informazioni stringate e anticipazioni brevi su articoli, allo stesso tempo creando tag/canali per offrire la possibilità di tenere traccia di intere discussioni, aggiornamenti, temi talvolta legati ad eventi importanti o mondani.



twitter esempi...



- I più lampanti sono l'esempio delle elezioni iraniane, del lancio di videogame, film in anteprima, prove di cellulari e altri prodotti tecnologici e non.
- Grazie all'estrema (e forzata) brevità dei messaggi, Twitter è uno strumento tanto veloce quanto efficace per comunicare particolari e veloci informazioni (anche via cellulare).



Ad esempio una azienda potrebbe comunicare sconti e/o promozioni in tempo reale, party per il lancio di nuovi prodotti, agevolazioni per gli utenti web, ecc...



Mashup visibili ed invisibili



- Il mashup è quella tecnica che permette di aggregare una serie di contenuti, notizie, elementi multimediali e non per far sì che un utente del nostro sito o di uno dei nostri social network possa sapere cosa accade/postiamo sia noi che le persone che fanno parte della nostra rete, sia essa personale, professionale, geografica.
- Al momento, pur essendovi l'ombra di un mashup soup, ovvero di un uso sconosciuto e concettualmente, oltre che tecnicamente, insensato ed errato che potrebbe portare non solo ad un impoverimento dei contenuti, ma anche ad una errata considerazione da parte dei motori di ricerca e di tutte quelle applicazioni che lavorano con gli standard web, alcuni servizi si delineano molto interessanti.



FriendFeed, Jaiku, LinkedIn, Mybloglog



- FriendFeed e Jaiku, entrambi di provenienza di casa Google oltre che di utilizzo gratuito, presentano caratteri di più o meno maturità per il mercato del web
- Tramite questi strumenti è possibile tenere traccia delle nostre attività su molti canali.
- Altra applicazione interessante è Mybloglog di Yahoo che ci permette di fare rete sia con i siti che supportano il servizio sia con i maggiori siti di social network e social bookmark.
- Infine merita una grande menzione, soprattutto in ambito professionale, LinkedIn che permette sia di aggiornare il proprio status professionale che seguire gli aggiornamenti semanticamente rilevanti per il nostro lavoro e per la nostra attività, dando la possibilità di fare rete, ricercare gratuitamente risorse umane, organizzare eventi, ecc...



Mashup con gli standard

- Utilizzando gli standard web, che sono alla base delle applicazioni più usate, possiamo costruire ed utilizzare noi stessi applicazioni aperte, sfruttando tra gli altri XML, FOAF e RSS, RDF e RDFa.



Uso di reti sociali 2.0 nel mondo della società civile e nella governance (in par condicio)

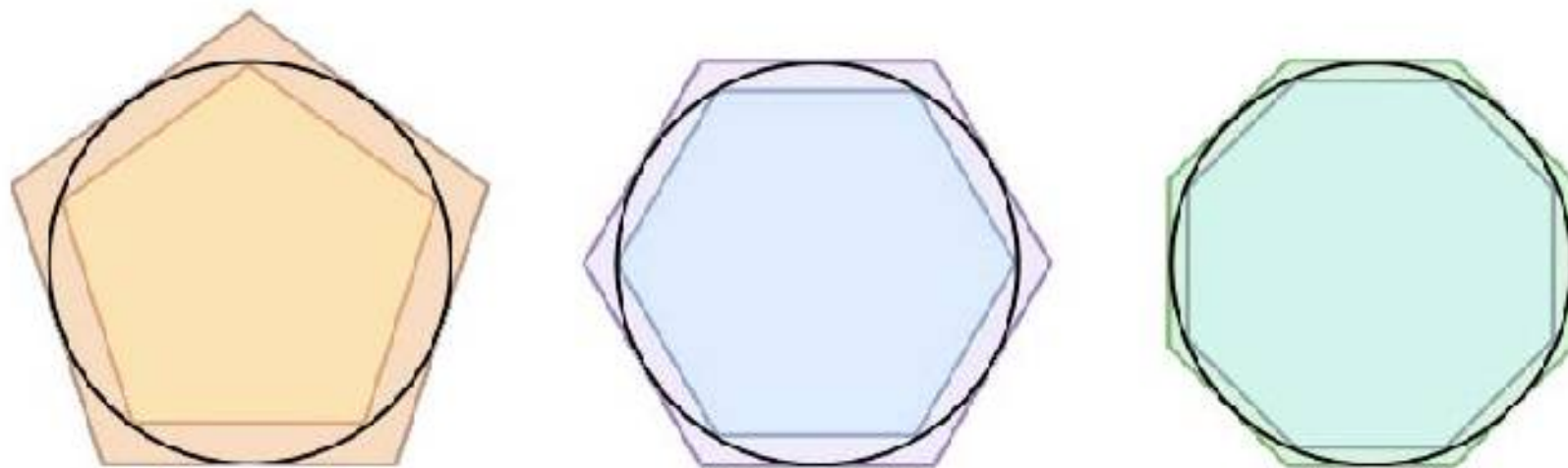


- Piena accessibilità ed elevata innovazione dei servizi web del Comune di XXX
- Democrazia partecipativa 2.0/3.0 applicata all' e-Gov
- Strumenti di "social monitoring & review" integrati con i sistemi di gestione pubblica
- Hub locali ed altre agevolazioni per i cittadini, per i lavoratori, spesso atipici, facenti parte delle nuove professioni, per le associazioni.
- Totale copertura wi-fi cittadina e integrazione di servizi specifici per il TPL
- Eventi sociali, cross-mediali e divulgativi organizzati o patrocinati da Comune / Provincia



Concludendo...

- Siamo partiti dalla spiegazione e dall'importanza del web 2.0, di social network e social media per arrivare all'E-gov 2.0 attraverso la partecipazione.



Con tali risorse, se siamo disposti ad ascoltare i nostri utenti ed a renderli partecipi, renderemo la nostra presenza sul web una grande opportunità.

Bibliografia e principali risorse utilizzate



- Consorzio WWW – <http://www.w3.org>
- Blog IWA Italy – <http://blog.iwa.it>
- Webaccessibile – <http://www.webaccessibile.org>
- Wikipedia - <http://wikipedia.org/>
- Google - <http://www.google.it/>
- Facebook - <http://www.facebook.com/>
- Twitter - <http://www.twitter.com/>
- Motori di ricerca e standard per il web: presente e futuro della promozione – a cura di Massimiliano Navacchia

Le immagini riportate nella presente relazione, oltre alle risorse sopra sopra riportate, tra l'altro solo per fini di esempio e assonanza, sono state prese da siti la cui licenza prevedeva l'utilizzo delle stesse, quali ad esempio Wikipedia.org. Nel caso coloro i quali ne abbiano i diritti ravvedano irregolarità, tra l'altro assolutamente non volute, nella licenza o di utilizzo all'interno delle presenti slide per immagini coperte da Copyright, essi sono pregati di comunicarlo tempestivamente agli autori per la rimozione.



Termini e licenza del documento



- A cura di Massimiliano Navacchia e Alessio Cartocci
- Disponibile e scaricabile gratuitamente all'indirizzo <http://www.navacchia.it/> e <http://www.terrafertile.ch/>



Quest'opera è stata rilasciata sotto la licenza Creative Commons Attribuzione-Non commerciale-Non opere derivate 3.0 Unported. Per leggere una copia della licenza visita il sito web <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/> o spedisce una lettera a Creative Commons, 171 Second Street, Suite 300, San Francisco, California, 94105, USA.

Diritti, marchi registrati e siti web riportati in immagini e url sono riservati e proprietà dei diretti interessati e relative aziende.

IWA/HWG e l'associazione IWA Italy non sono direttamente o indirettamente responsabili dei contenuti riportati nel presente documento che sono ad esclusiva cura e responsabilità del relatore.

