

Wii are the movement.

Di Gianluca Arnesano

Mercoledì 31 Gennaio 2007 11:10



Esistono alcuni mercati tecnologici in cui l' hardware è forse più importante [ed eccitante] del software; esso è in grado di riunire fiumi di persone in coda per il lancio di una nuova versione o di creare veri e propri movimenti e fenomeni di massa. Ciò accade tipicamente per i prodotti Apple ed ultimamente anche per un'altra azienda, follower nel proprio mercato, ma leader nelle emozioni che riesce ad offrire. Si tratta di Nintendo che ha approfittato al meglio il ritardo nell'uscita della Playstation 3 (del leader Sony) per lanciare la sua nuova console "Wii". Più che delle caratteristiche tecniche, che lasciamo agli esperti, ci interessa sottolineare la forte portata sociale di questo nuovo concetto di videogioco che grazie alla presenza di un particolare joystick, permette di manovrare direttamente elementi e personaggi del gioco, come nei migliori sogni di realtà virtuale. La macchina diventa quindi estensione corpo del giocatore, permettendo di esaltare l'aspetto interattivo, senza ricorrere all'uso esasperato di grafiche e di veloci processori. La scelta, forse inevitabile data la natura dei giochi proposti da sempre da Nintendo e dato il mercato in cui si muove, sembra aver premiato l'azienda Giapponese, in termini di vendite e di user experience. Nei mercati consumer moderni è spesso sottolineata la necessità di creare un elevato coinvolgimento e di lasciare il controllo all'utente, affinché la sua interazione possa essere creativa, genuina e in grado di amplificare il concetto di Network Sociale. L'unione tra le potenzialità di Internet, come piattaforma di comunicazione, e le peculiarità del prodotto in questione permettono di esaltare gli aspetti citati e di sottolineare alcune iniziative davvero rilevanti, in grado di dare una idea della portata del fenomeno. ... Wii fa parlare di sé: La piattaforma di rilevazione di blog Technorati conta ad oggi: oltre 83.000 post relativi a Wii oltre 50.000 post relativi a Xbox360 oltre 34.000 post relativi a PS3 ... e solletica l'esibizionismo degli utenti: La piattaforma di fotosharing Flickr conta ad oggi: oltre 35.000 foto relative a Wii oltre 15.000 foto relative a Xbox360 poco più di 2.000 foto relative a PS3 ... ed agli utenti piace segnalare i propri siti preferiti: La piattaforma di social bookmarking Delicious conta ad oggi: oltre 19.000 indirizzi segnalati relativi a Wii oltre 14.000 indirizzi segnalati relativi a PS3 oltre 8.000 indirizzi segnalati relativi a Xbox 360 ... oltre che filmare e condividere le proprie evoluzioni con la nuova console. L'impatto della nuova esperienza partecipativa di gioco sembra davvero essere notevole, ancor di più se collegata ad alcune operazioni spontanee realizzate dagli utenti: Wii Sports experiment è un esperimento realizzato da un astuto giocatore il quale ha misurato l'impatto [positivo] dell'utilizzo della nuova console sulla sua condizione fisica ed atletica. Mantenendo inalterato le sue abitudini alimentari ed il suo stile di vita ha solamente aggiunto alla sua giornata tipo una sessione di mezz'ora di sport virtuale con Wii. Il risultato, misurato con precisione sul sito <http://wiinintendo.net/2007/01/15/wii-sports-experiment-results/>, è stato rilevante, permettendo

Wii are the movement.

Di Gianluca Arnesano

Mercoledì 31 Gennaio 2007 11:10

al giocatore di perdere 9 libbre di peso in 6 settimane. Ma non sono tutte rose per gli utilizzatori di Wii, per i quali ci sono in agguato spiacevoli incidenti domestici causati dalla foga e dall'agonismo virtuale dei giochi sportivi multiplayer. Sul blog WiiHaveAProblem <http://www.wiihaveaproblem.com/damage.php> sono riportati - per genere - gli incidenti più frequenti occorsi ai giocatori di tutto il mondo, con la possibilità di mandare le foto dei propri acciacchi. Si uniscono quindi contenuti e piattaforme associative proposte dal brand, come quella realizzata in partnership con yahoo, con produzioni ed iniziative realizzate direttamente dagli utenti in grado di enfatizzare la portata del movimento e la componente personale che il nome del prodotto sembra richiamare. I risultati in termini di fidelizzazione, di passaparola e di engagement degli utenti sono sorprendenti e sono degni del migliore Web 2.0.