



## ANDREA RUBEI

General Manager Americas, Europe, Middle East and Africa BroadVision Italia srl

Fin dagli studi si occupa di come Internet cambi la maniera in cui aziende ed individui interagiscono tra di loro. Laureato in Business Administration all'Università LUISS di Roma con una tesi sulle prime forme di eCommerce, Andrea Rubei, 38 anni, inizia la sua carriera lavorativa nel 1994 in Hewlett Packard come Manager dell'Area tecnica e Responsabile di numerose linee di prodotto. Nel 1995 inizia la sua esperienza in Cisco System International BV con sede ad Amsterdam, dove rimane per 5 anni ricoprendo incarichi di crescente importanza: nel 1998 viene nominato Internet Commerce Manager EMEA, a supporto di un business online B2B di 4 Miliardi di USD. Dal 2000 è in BroadVision dove in 9 anni, occupa diverse cariche fino ad arrivare a ricoprire il ruolo di Vice President e General Manager per l'America, l'Europa, il Medio Oriente ed l'Africa. Ricopre tale ruolo attualmente dividendo il suo tempo tra l'Europa e la Silicon Valley negli Stati Uniti.

## UTILIZZARE EFFICACEMENTE L'ENTERPRISE SOCIAL NETWORKING PER COMUNICARE E COLLABORARE NELL'ERA 2.0

L'avvento di strumenti Web 2.0, abbinato all'utilizzo di servizi di comunicazione innovativi quali Skype, LinkedIn, Facebook, Twitter, ha cambiato rapidamente e radicalmente il modo di interagire per milioni di persone nel mondo.

Ultimamente queste nuove modalità comunicative hanno cominciato a penetrare il mondo delle aziende con un approccio opportunistico e generato dal basso, che spesso sfugge al controllo della Direzione.

Per dare una risposta a questo fenomeno, ma soprattutto per sfruttarne le indubbie potenzialità, nasce l'Enterprise Social Networking (ESN) che consiste nell'aggregare, in una soluzione robusta e sicura, più adatta ad un uso aziendale, tutti gli strumenti Web 2.0, quali ad esempio Blog, Chat, Forum e Wiki.

Tuttavia il fatto che molti progetti di ESN rischiano di essere chiusi dopo soli 3, 6 mesi di attività per scarsa partecipazione degli utenti, solleva la lecita domanda: perchè è così difficile avere successo?

L'esperienza suggerisce che questo avviene perchè l'adozione dell'ESN richiede il cambiamento del modo di lavorare, sia a livello individuale che aziendale, e questo è molto difficile da realizzare. Le seguenti considerazioni nascono dall'esperienza maturata internamente da BroadVision, azienda multinazionale che da più di 15 anni è un punto di riferimento mondiale per le soluzioni Web Self-Service.

Innanzitutto i ruoli cambiano: nelle applicazioni Web tradizionali (Web 1.0) tutto è nelle mani dell'IT dalla realizzazione del sito alla pubblicazione dei contenuti e il resto dell'azienda è relegata al ruolo di end-user. Nel mondo dell'ESN, tutti sono incoraggiati a partecipare anche alla costruzione del sito e alla pubblicazione dei contenuti, e questo cambiamento non sempre è facile da assimilare.

Poi si deve tener conto della tendenza delle aziende a preoccuparsi della possibile pubblicazione di contenuti illeciti o offensivi, o di tematiche di sicurezza, ora che tutti i servizi sono fruiti in modalità Cloud Computing.

Anche se spesso tali timori sono infondati, c'è comunque la necessità di qualche forma di controllo o supervisione per prevenire eventuali comportamenti scorretti da parte di singoli utilizzatori o gruppi.

Infine c'è il problema di trasformare la cultura manageriale dal "potere del sapere" al "potere della condivisione". Dopo 3 decenni di proliferazione dei PC, l'email è diventata il principale strumento di comunicazione e collaborazione per praticamente tutte le aziende. Tale sistema rispecchia la tipica organizzazione gerarchica che si riflette nei modelli di comunicazione one-to-many e store-and-forward. Come tutti abbiamo sperimentato questi modelli portano a una mole talmente grande di messaggi e silos di conoscenza che molto rapidamente la storia e la conoscenza aziendale finiscono disperse sui singoli PC e risulta praticamente impossibile tenerne traccia nel tempo.

Con l'ESN e il cloud computing è finalmente possibile cominciare ad affermare un modello basato sulla condivisione many-to-many e su un sistema push-and-pull. Anche se un cambio culturale simile è più facile a dirsi che a farsi, e abitudini consolidate quali la dipendenza da email sono difficili da sradicare, è possibile ottimizzare la comunicazione via email come BroadVision ha potuto sperimentare direttamente.

### Due modelli di utilizzo dell'ESN:

#### 1. Online Cyber Watercooler:

Questa metafora sta ad indicare il luogo di incontro virtuale all'interno dell'azienda dove tutti possono contribuire, socializzare, creare, innovare.

Possiamo anche chiamarlo Intranet 2.0. Ovvero le intranet tradizionali tenderanno sempre più a migrare verso questo nuovo modello in cui **le relazioni sono al centro dell'attenzione** e non i contenuti come nelle intranet tradizionali.

È importante infatti differenziare le intranet tradizionali alle quali vengono aggiunte funzionalità 2.0 come forum e blog dalle Enterprise Social Networks dove si stravolge il modello tradizionale content-centric e si mette al centro l'individuo con le sue relazioni basate su ruolo, skills, interessi etc



## 2. Social CRM:

L'evoluzione dei siti Corporate e di Ecommerce in vere e proprie Reti in cui il modello di interazione reale tra azienda ed i suoi clienti viene replicato.

Tali reti possono essere viste come degli Hub dove Azienda e Clienti interagiscono tra di loro e dove gli utenti non sono più solo semplici fruitori ma contribuiscono attivamente all'interazione.

Si creeranno così comunità per il supporto in cui alcuni utenti più esperti aiuteranno altri utenti. Dove l'azienda raccoglierà attivamente il feedback dei propri clienti e lo condividerà internamente con tutte le risorse preposte.



L'Azienda potrà così sapere costantemente quali aree/servizi/prodotti migliorare, fino ad arrivare ad analizzare il "mood" o sentimento diffuso dei clienti nei confronti di aree specifiche di servizio.

Oltre agli Hub, si configureranno poi delle Reti di tipo "Spoke" o VIP, dove l'Azienda sarà in grado di interagire con clienti di particolare importanza e creare pertanto un ambiente dedicato ricco di Communities dove l'intera Azienda si proietta attivamente da top management in giù verso il Cliente.



## Sette principi per una realizzazione di ESN efficace

BroadVision ha sviluppato una metodologia basata su 7 principi che aiuta a risolvere e superare tutte le difficoltà connesse con l'adozione dell'ESN.

Tali 7 principi sono:

1. Forte **Mandato** del Top Management
2. Chiara **Strategia**
3. **Aspettative** realistiche
4. **Contribuzione** da parte degli opinion leader
5. **Partecipazione** richiesta e incentivata
6. **Competizione** sana e costruttiva
7. **Perseveranza** e analisi degli errori

## Caratteristiche Principali di una ESN

Un'Enterprise Social Network deve essere in grado di:

1. **Collegare:** Permettere agli utenti Clienti ed Impiegati di stabilire relazioni professionali con individui e gruppi che conoscono e rispettano.
2. **Comunicare:** Permettere interazioni bi-direzionali tra gli utenti (tra Azienda ed Impiegati, tra Azienda e Clienti e tra Clienti stessi)
3. **Collaborare:** Permettere agli utenti di riunirsi in spazi virtuali condivisi per lavorare insieme.
4. **Coltivare:** Fornire agli utenti (Clienti ed Impiegati) strumenti di auto apprendimento per abilitarli ad un uso efficace della rete.
5. **Creare:** Permettere ai membri della rete di creare Comunità che abbiano un valore maggiore della somma delle singole parti.

## Conclusioni

L'esperienza ci dice che l'adozione dell'ESN coinvolge l'intera azienda; inoltre in una realizzazione di successo il vero vincitore è l'azienda stessa, e come conseguenza ogni appartenente all'ecosistema ne trarrà beneficio.

L'avvento di strumenti consumer per Social Media ha abilitato chiunque all'utilizzo del Social Networking nel momento e luogo più opportuni con minimo impatto per l'IT aziendale.

Inoltre il mercato delle applicazioni aziendali ha reso disponibili soluzioni robuste, flessibili e molto economiche.

La conclusione quindi è che non sussistono più problemi tecnici o economici, bensì problemi culturali o di tradizione: cambiare le abitudini di lavoro è estremamente complicato, pertanto è raccomandabile seguire una chiara metodologia, come ad esempio quella utilizzata da BroadVision, se si vuole realizzare un progetto ESN di successo.