

<http://www.cwi.it/socialbusinessforum-protagonista-la-social-enterprise-13044>

SocialBusinessForum: protagonista la social enterprise

Rosario Sica, co-founder insieme a Emanuele Scotti e Presidente di OpenKnowledge, azienda organizzatrice del Forum, racconta i punti focali della sesta edizione dell'evento, sottolineando l'importanza per le aziende di avviare al più presto la digital transformation



04 giugno 2013 – OpenKnowledge nasce nel 2008 come società di consulenza e servizi che intende portare all'interno delle aziende le idee e gli strumenti del Web 2.0. Insieme a [OpenKnowledge](#), nel 2008 i fondatori Emanuele Scotti (CEO) e Rosario Sica (Presidente) danno vita alla prima edizione del Social Business Forum. "Fin dalla prima edizione del 2008, tenutasi presso l'Università dell'Insubria di Varese in collaborazione con il Dicom", afferma Rosario Sica, "il Social

Business Forum - oltre 400 partecipanti – si afferma come un evento internazionale che richiama l'attenzione di opinion leader provenienti da tutto il mondo. L'approccio di OpenKnowledge nasce dalla consapevolezza dell'importanza che i concetti di collaboration, communication e innovation hanno assunto nei contesti lavorativi odierni: la chiave per il successo consiste così nel migliorare la collaborazione interna, la comunicazione con il mercato e la capacità di fare innovazione".

Consapevoli quindi dell'esigenza di un nuovo tipo di managing consulting che risponda alle esigenze del mercato, gli organizzatori si pongono l'obiettivo di portare il paradigma del social web all'interno dell'enterprise, con un evento – che quest'anno si terrà all'Hotel Marriott il 12 e 13 giugno – che offre ad aziende ed esperti del settore l'occasione di confrontarsi e riflettere sul fenomeno nascente della social enterprise.

"Il Social Business Forum, giunto quest'anno alla sua sesta edizione, è una realtà in crescita che fa della sua forza il contatto reale e costante con il mondo imprenditoriale", spiega Sica. "Il macrotrend che stiamo notando è una repentina presa d'atto da parte delle organizzazioni e delle imprese della necessità urgente di avviare la social business transformation. Da un anno a questa parte non si tratta più di 'se avviare la trasformazione del proprio business', ma 'del come farlo', cioè del modo migliore di comprendere e implementare in concreto. Di certo questa attenzione crescente e questo stimolo all'adozione si deve confrontare con realtà e strutture organizzative e di business che, in buona misura, sono resistenti ai nuovi contesti della social enterprise. Fin dal primo anno abbiamo puntato sulla qualità degli interventi, individuando nei keynote speaker il vero valore aggiunto dell'evento. Oggi, ci distinguiamo come l'unica organizzazione in grado di offrire contenuti di altissimo livello sia nei percorsi a pagamento sia in quelli gratuiti".

Il Social Business Forum 2013

Il [Social Business Forum 2013](#) presenta, per entrambe le giornate, un'offerta e una varietà unica di keynote speech, storie di successo, interventi singoli e tavole rotonde organizzate secondo la formula **Free Conference** (gratuita) o **Premium Conference** (a pagamento).

La sesta edizione, che è focalizzata soprattutto sui temi del digital marketing, della social collaboration e dell'open innovation, conta 3.600 partecipanti e più di 150 speaker. Rosario Sica ed Emanuele Scotti saranno affiancati da esperti di fama internazionale e top manager del settore, da Jacob Morgan a Ray Wang e Larry Prusak, da Sameer Patel, Global Vice President di SAP Cloud Business, che terrà un intervento il 12 giugno dal titolo "Performance Acceleration via Enterprise Social and Collaborative Technology" fino a Ram Menon, responsabile del Social Computing di TIBCO, che parteciperà con la relazione "Employee On-boarding: The real value of Social". I partecipanti avranno così l'occasione di capire come i nuovi strumenti e i nuovi approcci di social enterprise possano essere integrati nelle strategie di business dei diversi settori aziendali.

"Saranno presentate anche oltre sessanta business case: per esempio Barilla illustrerà la propria social digital strategy, il modo in cui stanno rivedendo le loro strategie complessivamente. Verranno toccati temi quali, appunto, la social business transformation, di come le aziende devono trasformare il modo in cui dialogano verso l'esterno ma anche quello in cui gestiscono i dipendenti e il customer engagement per migliorare il marketing, le vendite e il supporto", spiega Rosario Sica. "I tradizionali strumenti di branding e di interazione con il mercato sono superati dalla pervasività e dalla credibilità dei social network e del Web 2.0 ed è necessario costruire strategie social di comunicazione e ingaggio, comprendere il nuovo paradigma ed evitare i rischi di un approccio inadeguato. Si parlerà anche di employee empowerment e di come le aziende possono aumentare l'efficienza e l'efficacia facendo leva sull'ingaggio e sulla collaborazione dei dipendenti".

Il Forum sarà anche l'occasione per capire come i big data possano essere sfruttati, in termini di social analytics, per impostare strategie d'azione basate sulla brand reputation e sul posizionamento dei prodotti sul mercato.

Maria Luisa Romiti