

<http://www.i-dome.com/articolo/22480-Social-Business-2013-tra-business-e-felicit%C3%83%C2%A0.html>

Social Business 2013: tra business e felicità!

La manifestazione dedicata al mondo dei Social in azienda targata 2013 si è rivelata la più seguita in assoluto

di Daniele Cerra | 13 giugno 2013

Anche l'edizione 2013 del **Social Business Forum** tenutosi il 12 e 13 giugno a Milano, nell'ormai tradizionale sede del Marriot Hotel di via Washington, ha calamitato l'attenzione sia di un pubblico attento e numeroso sia dei media, social e tradizionali.



Con oltre **2000 iscritti** (appartenenti a ben 400 aziende diverse) alle sessioni pubbliche e a quelle a pagamento dedicate ai casi di studio aziendali, l'edizione 2013 è quella che si è rivelata la più seguita in assoluto.

Dopo ormai almeno 4 anni in cui il tema del social in azienda è stato diffusamente trattato in convegni, libri ed eventi di ogni genere, non si può certo dire che in questa edizione si sia respirata l'energia dirompente del passato, ma la necessità di innovazione culturale e operativa delle aziende italiane è sempre più pressante visto il contesto economico. Il taglio dato in apertura ai temi trattati nelle sessioni successive, molte delle quali tenute da oratori internazionali, è stato l'ambizioso passaggio dalla ricerca del business valutato su parametri economici e finanziari a un nuovo modo di concepire lavoro e azienda, un'interpretazione basata sulla ricerca del benessere e della felicità.

La chiave introduttiva offerta, supportata da casi internazionali dove parametri quali l'indice di progresso reale o la felicità interna lorda sono già usati come modelli alternativi al PIL per quantificare il benessere di un paese, ha permesso di aprire le porte ai momenti di analisi di temi più specifici quali i social media e il loro impatto sul business, la necessità di cambiare radicalmente il rapporto con il cliente ma anche le modalità di relazione e motivazione del personale e l'idea stessa di lavoro.

Rispetto al passato le esperienze pratiche accumulate in questi anni anche in Italia hanno consentito di segnare il passaggio da una fase in cui le aziende hanno interpretato i vari **Facebook** e **Twitter** - e le rispettive tecnologie social applicabili internamente alle organizzazioni - come una magica panacea per tutti i propri problemi di vendita di prodotti e servizi o di innovazione a una visione molto più matura, consapevole e, quindi, applicabile con beneficio concreto, delle logiche 2.0.

Per chi non avesse avuto modo di partecipare, i materiali delle numerose presentazioni e i momenti salienti dell'evento saranno "digitalizzati" e resi disponibili attraverso [il sito ufficiale della manifestazione](#).