

<http://www.digitalmarketinglab.it/social-business-2/brett-king-al-social-business-forum/>

Brett King al Social Business Forum

13. giugno 2013 by *Leonardo Bellini* *Bank3.0. Social Business Forum* View comments



Invia

Mi piace

Invia

A una persona piace questo elemento. Di' che piace anche a te, prima di tutti i tuoi amici.

Quando ormai più di un mese fa gli amici di Open Knowledge mi avevano proposto di intervistare qualcuno tra i Key Speakers del Social business Forum di quest'anno, la mia scelta era caduta proprio su Brett King; le ragioni sono semplici: è uno dei guru mondiali del

Social media banking e il suo ultimo libro *Bank 3.0* è considerato un best seller (nel settore). Ebbene stamattina ero lì in seconda fila ad ascoltarlo.

5

1

0

+1 1

Tweet

Like

Share

Devo dire che la sensazione, percepita anche quando ho assistito allo speech di Eric Qualman ad IBM Business Connect, è che questi ospiti internazionali quasi mai adeguino la loro presentazione al contesto in cui si trovano e al pubblico che hanno davanti.

Dico questo perché metà dell'intervento di Brett King è stato rivolto al passato: è partito dagli albori di Internet, ha parlato di America Online e dei primi siti di ecommerce, è partito addirittura da Marconi e dall'invenzione della radio..

Poi Brett King spiega il ruolo dei pubblicitari che via via decretavano anzitempo la fine di un media a vantaggio dell'ultimo arrivato (la TV che uccide la radio, Internet che uccide la TV), senza capire il reale cambio di paradigma portato da Internet: non più un mezzo su cui veicolare i messaggi di marketing per le aziende, bensì un ruolo per costruire relazioni, scambiare valore e conoscenza.

Venendo ai giorni nostri King evidenzia alcuni modelli disruptive abilitati dalla rete e mostra come alcuni business (libri, musica, hospitality e perfino le banche) siano radicalmente cambiati:

- Amazon e Kindle per i libri
- Apple, iPod e iTunes per la musica
- AirBnB per i B&B
- Zopa e il social lending per le banche e i prestiti tra persone
- Kickstarter per il crowdfunding

Il vero cambiamento, afferma King, avviene quando le persone cambiano il loro comportamento a causa e/o grazie alla tecnologia.

Per finire King spiega come questo sia solo l'inizio di un percorso che porterà una trasformazione profonda del nostro fare (social) business;

Altri dati predittivi:

- le carte di debito più popolari tra i giovani sono quelle ricaricabili
- il 70% della generazione Y opterà per il canale mobile come prima scelta entro il 2015 per i pagamenti