

Social Business: il futuro del lavoro è la partecipazione

SBF 2013: ecco le strategie di Social Enterprise e Digital Marketing per uscire dalla crisi, applicate in azienda tramite modelli organizzativi basati sull'innovazione partecipata.

Cristiano Guaroo - 2 luglio 2013



L'edizione 2013 del **Social Business Forum** – appuntamento di riferimento, in Italia ed Europa, in ambito Social Enterprise e Digital Marketing – ha evidenziato le strategie chiave per uscire vittoriosi dall'attuale crisi, sfruttando le opportunità emergenti che l'**innovazione partecipata** offre oggi alle PMI, anche in questa difficile congiuntura:

=> **Leggi: Social Business strategico per le PMI**

Le **tavole rotonde** che hanno animato la due giorni (*presenti 400 aziende da tutto il mondo, 2mila iscritti e 60 speaker di livello internazionale*) e gli **speech** sono ruotati sui temi portanti del Business 2.0: dal **CRM** alla gestione delle **risorse umane**, dal **Media Marketing** al Learning, passando per i Big Data e la **collaborazione**, tutti affrontati in chiave Social.

Quello che ne è risultato è un panorama in costante e rapida evoluzione, frutto della pervasività della **Consumerizzazione dell'IT**, testa di ponte per tutto quel che ruota intorno al mondo social.

=> **Consumerizzazione IT: ecco il quadro italiano**

Dalle piccole e medie imprese alle corporation, tutti sono consapevoli dell'importanza di attivare **strategie all'insegna del Social** a 360°. Anche in questo momento di crisi. Perché se è vero che al momento è necessario stringere i denti, entro fine anno la ripresa ricompenserà gli sforzi odierni.

Nuovi modelli

Tra gli interventi più coinvolgenti segnaliamo quello di **Jacob Morgan** (Chess Media Group), guru nella strategia di collaborazione aziendale e autore del libro di riferimento *“The Collaborative Organization”*. Morgan ha riflettuto sul futuro del lavoro, sui probabili scenari degli anni a venire che vedranno una **ridefinizione dei ruoli in azienda**, non più comparti stagni ma all’insegna di una fusione e condivisione di abilità, cultura e competenze.

Il messaggio è chiaro, le aziende devono iniziare a ripensare il loro organigramma: la struttura a piramide verticale deve passare a una ragnatela che si fonda sulla rete di relazioni, interne ed esterne, trasformandosi di fatto in una **Social Enterprise**.

Innovazione partecipata

Un keynote appassionante è stato anche quello di **Nicholas Christakis**, sociologo statunitense che ha relazionato la platea sul potere dei **social media** di “connettere” le persone, con un naturale vettore di spinta verso l'**appagamento anche in ambito lavorativo**. Non c’è dubbio che sia stato il lavoro di Christakis a ispirare il motto di questa edizione del Social Business Forum: *“Redesign your business: Be Happy!”*.

La vera ricchezza delle imprese, nel presente e nel futuro prossimo venturo, sono dunque i propri **dipendenti**, che devono essere soddisfatti ma soprattutto **partecipi** dell’intero processo produttivo.

È quanto emerso dallo speech di apertura della due giorni, tenuto da **Rosario Sica** ed **Emanuele Scotti**, rispettivamente CEO e co-fondatore di **OpenKnowledge**, che dal 2008 organizza il Forum con un crescente successo.

=>[Vai allo Speciale Social Business Forum](#)

Come spiegato da Sica, si tratta nei fatti di un “un evento prestigioso che dà la possibilità alle aziende di crescere e confrontarsi, precorrendo talvolta il futuro del mercato. E ancora una volta siamo voluti andare oltre, facendo della nostra competenza una vera e propria passione (*“Redesign your Business: Be Happy!”*, per l’appunto).

Altro keynote che ha animato la platea nella sessione plenaria è stato quello di **Sameer Patel**, Global Vice President di **SAP Cloud Business**, focalizzato sull'accelerazione delle performance aziendali attraverso la collaborazione e gli strumenti social. PMI.it approfondirà nell'intervista a Patel il tema social insieme ai trend più forti del momento, tra cui la collaborazione, il Cloud Computing, i Big Data e la Unified Communication.

Le Premium Conference, ristrette a un pubblico selezionato, si sono concentrate su tematiche specifiche tramite l'apporto e la testimonianza di aziende di rilievo internazionale. **I case study** all'insegna del 'social business in azione', hanno dimostrato come le strategie 2.0 hanno concretamente aiutato le aziende nel gestire i rapporti con clienti e dipendenti. Numerose sono state le testimonianze nazionali, per capire la **reazione italiana agli strumenti social** applicati in particolare nelle PMI, struttura portante del Sistema Paese: Zegna e Luxottica hanno rappresentato il mondo fashion, Barilla, Illy e Ferrero quello alimentare, mentre BNP Paribas, Intesa San Paolo e ING Direct il settore bancario, ecc.

Ne è emersa la **consapevolezza** dell'importanza di implementare strategie social a tutti i livelli, sia per i settori industriali sia per le funzioni aziendali che sono state rappresentate in questo Social Business Forum 2013.