

Prefazione

Move Fast. Focus on Impact. Vi domandate cosa siano? Sono alcuni dei fattori che caratterizzano la mia nuova vita professionale.

L'uscita di questo libro avviene a poca distanza dal mio ingresso in una nuova azienda. Quando Marco mi ha chiesto se ero disposto a scrivere la prefazione al suo libro è stato per me, oltreché un piacere e un onore per la stima che nutro nei suoi confronti, un'occasione per offrire un'ulteriore testimonianza dei radicali cambiamenti che la nostra società sta vivendo. E che sto vivendo in prima persona grazie a un nuovo capitolo della mia storia lavorativa.

Qualche anno fa, in un'intervista rilasciata nella mia precedente esperienza professionale, alla domanda "come si immagina la Rete nel futuro?", risposi che tre sarebbero stati gli aggettivi che avrebbero descritto il carattere della Rete ai giorni d'oggi: utile, sociale e senza limiti.

Proprio recentemente, per pura coincidenza, rileggendo quell'intervista, con sorpresa, mi sono ritrovato appieno in quelle definizioni. Non che fossi un veggente o che i temi espressi fossero concetti di nuova ideazione. È certo tuttavia che sempre di più, rispetto a un passato anche recente, vediamo l'evoluzione della Rete avvicinarsi ad approdi affini agli aggettivi utilizzati qualche anno fa. E sempre più ne diventano protagonisti coloro che interpretano la Rete come il luogo di incontro più gettonato.

Certamente così la vive buona parte delle persone con le quali mi relazio quotidianamente (non ho infatti l'illusione che tutto il mondo sia già in questa condizione; con il tempo, tuttavia, questo sarà sempre più vero). Per loro e per me è difficile che non si interpreti il ruolo della Rete come lo strumento di lavoro e utilizzo frequente per definizione, e quindi utile.

Pensate alla vostra comunicazione odierna e a quella di qualche anno fa. Scorrete la vostra rete di contatti oggi e confrontatela con quella di qualche anno fa. Varietà e numerosità sono certamente in aumento, così come gli strumenti che una volta erano il primo punto di accesso a informazioni di dettaglio degli amici. Ieri consultavamo la rubrica del telefono, oggi i device mobili e i PC sono assolutamente paritetici per tipologie di utilizzo. Siamo certamente più *social*.

Spesso la frenesia quotidiana ci nasconde e ci fa percepire come lontani dai cambiamenti che viviamo nel nostro quotidiano e sulla nostra pelle. Tuttavia, se dedicate cinque minuti del vostro tempo a guardarvi alle spalle e a riflettere sulle abitudini e sull'utilizzo di alcuni strumenti pensando a uno, due, tre, cinque anni addietro, vi renderete conto di

come il nostro quotidiano fosse completamente differente. L'utilità degli strumenti oggi a disposizione, le modalità e le forme di interazione sono infatti sempre più "sociali", così come il costante abbattimento delle barriere: elementi irrinunciabili oggi, mentre fino a poco tempo fa erano miraggio o un futuro ancora sfumato. Oggi tutto ciò è senza limiti. *Social network* e *social media* sono due elementi che, come Marco ha descritto sapientemente nel libro, vanno a braccetto. L'aspetto per me più importante da sottolineare tra i due riguarda i mutamenti della società a cui ho fatto riferimento sopra e come i social network siano stati un fattore abilitante e di stimolo.

L'ingresso e l'affermazione dei social network, come modalità di connessione e condivisione, hanno avuto un impatto sulle modalità di comunicazione e di relazione tra la persone. In altre parole, come anche evidenziato da ricerche di recente pubblicazione, i social network hanno modificato in maniera importante le nostre abitudini. Quello che spesso non ricordiamo è appunto come l'avvento di nuovi servizi quali Facebook, Twitter e YouTube abbiano introdotto radicali mutamenti nella società. Cosa ancor più importante è ricordare sempre che tali mutamenti sono tutt'ora in corso.

In tutto questo, la comunicazione tra le persone, ma soprattutto tra le aziende e clienti, non può prescindere da tali mutamenti. Marco è una delle poche persone nello scenario italiano che ha vissuto e ha saputo interpretare al meglio i cambiamenti in corso traducendoli per di più nel linguaggio delle aziende. La definizione "social media" si rifà a tutto questo.

Il libro che vi apprestate a leggere è un ottimo punto di riferimento per le aziende che sono ancora poco ricettive verso questi mutamenti ma che intendono fare i primi passi nel futuro e prendere coscienza di quelli che saranno gli elementi fondamentali della comunicazione e dei media negli anni a venire.

Non mi rimane che augurarvi buona lettura ma soprattutto buon viaggio... nel futuro.
Enjoy!

Luca Colombo

Facebook

Italy – Country Manager

<http://www.facebook.com/lucacolom>

<http://www.twitter.com/lucacolombo>