

Reticolato sociale alle imprese

IBM

Software Group



Podcast vi dà il benvenuto e vi parlerà del tema del “Social Networking”. Christian Achermann intervisterà Tony Wehrstein, il nostro Technical Sales Specialist in ambiente Lotus, che ci spiegherà l’importanza, i vantaggi, i limiti e i pericoli del Social Networking.

Christian Achermann: “Tony, ci potresti dare qualche informazione sulla tua persona e sulla tua funzione presso IBM”?

Tony Wehrstein: “Sono Technical Sales Specialist in ambiente Lotus per IBM Svizzera. In Svizzera tedesca mi occupo di questo settore che conta circa 1 800 potenziali clienti e sono responsabile del Technical Enablement e delle questioni di architettura e sviluppo”.

Christian Achermann: “Come giudichi personalmente l’importanza del “Social Networking” per l’attuale mondo del lavoro”?

Tony Wehrstein: “Il *Social Networking* costituisce ormai parte integrante del nostro mondo del lavoro. Se ci limitiamo a delle considerazioni sulle conoscenze disponibili all’interno dell’azienda, solamente il 10-15% di questo know-how trova un riscontro su carta o nel lavoro immagazzinato. Il restante 85%, la parte preponderante, è da ricercarsi nella testa dei collaboratori oppure nel sapere messo in rete, per vedere chi sa cosa. Ed è proprio questa rete che bisogna rendere accessibile”.

Christian Achermann: “Quali sono i vantaggi di un grande Social Network”?

Tony Wehrstein: “Allora per prima cosa secondo me una rete di questo tipo non deve essere per forza di grandi dimensioni. L’elemento principale è che io all’interno del Social Network possa trovare persone affini con un loro profilo specifico. Non per forza le persone devono essere tante, però devono essere quelle giuste. Quanto meglio o più precisamente il mio profilo corrisponde a quello di un altro partecipante, tanto più possiamo condividere gli stessi interessi, fare degli scambi e completarci a vicenda. Possiamo solo imparare dalle esperienze degli altri”.

Christian Achermann: “Quali sono i requisiti per la realizzazione e il funzionamento di un Social Network di questo tipo”?

Tony Wehrstein: “I Social Network funzionano solamente se le persone che partecipano sono interessate a condividere i loro dati con altri. Ciò significa che ogni software per il Social Network deve veramente motivare le persone a inserire i loro dati. Le ragioni possono essere estremamente diverse, ma ce ne devono comunque essere, altrimenti non funziona”.

Christian Achermann: “Esistono ancora barriere culturali”?

Tony Wehrstein: “Sì, in realtà esistono delle barriere culturali, ma molto spesso non riguardano la cultura o l’ambito culturale, bensì la provenienza geografica; molto più spesso le barriere hanno a che vedere con l’età. Soprattutto gli utenti più giovani sono disposti ad accettare passivamente questa realtà senza grandi critiche o a rivelare molto di se stessi per dare al proprio profilo un’impronta ben definita. Le generazioni precedenti, senza voler parlare di un’età precisa, considerano la raccolta di dati personali in rete con un certo scetticismo. Riscontriamo inoltre delle differenze nelle reti che hanno a che fare con la Cina, dove è difficile avere un profilo personale senza rischiare di incorrere in sanzioni. Da noi invece c’è il problema dello Stato che controlla tutto. Talvolta non viene rappresentato il semplice interesse, ma l’attenzione è focalizzata solo e unicamente sull’interesse dell’azienda oppure sull’interesse per il contenuto”.

Christian Achermann: “Ci puoi indicare altri limiti del Social Networking”?

Tony Wehrstein: “Ci sono questi limiti legali per cui uno Stato vorrebbe controllare che cosa entra nel Social Network oppure ci potrebbero essere reti che magari la criminalità organizzata utilizza per scambiare informazioni utilizzando una rete bot. Queste reti sono per così dire formate da PC comandati che servono per distribuire spam. È necessario controllare ogni singolo segmento delle reti che sono nelle mani della criminalità”.

Christian Achermann: “Passiamo ora a un altro tema. Si può prevedere che questi nuovi metodi di comunicazione, come i blog o le community, soppianteranno le e-mail”?

Tony Wehrstein: “Soppianteranno...Piuttosto svilupperanno una qualità specifica della comunicazione. A questo proposito mi vengono in mente le parole di Louis Suarez, una figura di spicco di IBM, con la sua teoria del Web 2.0: “le e-mail non mi servono, possono farne anche a meno. Quello che mi interessa di più lo trovo nei blog e nelle pagine web”. Social Network, blog e informazioni ci permettono di alleggerire notevolmente le e-mail. Sicuramente nei prossimi 20-30 anni le e-mail non scompariranno o non saranno completamente rimpiazzate perché la generazione che finora le ha utilizzate come mezzo di comunicazione privilegiato continuerà a servirsene. Penso tuttavia che faremo ricorso sempre più spesso a questi Social Network, soprattutto per le informazioni e per il know-how che possono offrire”.

Christian Achermann: “Personalmente che cosa ti affascina di più di tutto questo mondo del Social Network”?

Tony Wehrstein: “È relativamente facile da spiegare. Grazie al Social Network di IBM ho potuto conoscere persone, contattare amici che altrimenti non avrei mai avuto modo di frequentare o di incontrare. Persone con cui non sarei mai potuto entrare in contatto e che, anche se lavorano in India, Sudafrica o Cina, hanno i miei stessi interessi, che possiamo condividere in modo veramente costruttivo. Questo mi permette di agire diversamente nella mia vita di tutti i giorni e, per tornare al discorso iniziale, di poter fornire ai clienti della mia azienda un servizio che fa costantemente riferimento a un contesto internazionale”.

Christian Achermann: “Ecco Tony, siamo giunti al termine delle nostre domande, ti ringraziamo molto per averci concesso questa intervista”.



© Copyright IBM Corporation 2008 Tutti i diritti riservati

IBM ed il logo IBM sono marchi o marchi depositati di International Business Machines Corporation negli Stati Uniti e/o in altri Paesi. Si riconoscono marche ed altre aziende/costruttori. Le condizioni contrattuali ed i prezzi sono reperibili presso le filiali IBM ed i Business Partner IBM. Le informazioni di prodotto riproducono lo stato attuale. Oggetto ed entità delle prestazioni si definiscono esclusivamente secondo i rispettivi contratti. La presente pubblicazione vale esclusivamente come informativa generale.