

Questo è un estratto della pubblicazione del CNA di Firenze. La versione integrale può essere scaricata dal sito www.firenze.cna.it cercando WEB 2.0 nell'apposito riquadro di ricerca.

DALLA PARTE DELLE IMPRESE



I primi passi verso il WEB 2.0

Dalla parte delle imprese

I primi passi verso il WEB 2.0... e oltre

Coordinamento della pubblicazione: Maurizio Campanai

Promosso da: CNA Firenze
con la compartecipazione della Camera di Commercio

Prefazione

Primi passi sul WEB 2.0 per le PMI... e oltre

PRIMI PASSI SUL WEB 2.0 è una iniziativa che la Camera di Commercio di Firenze ha promosso insieme al raggruppamento ICT (Information and Communication Technology) di CNA Firenze per informare le imprese sull'evoluzione che Internet ed i servizi in rete stanno subendo.

L'avvento del cosiddetto WEB 2.0 (blog, social network e altri strumenti interattivi gestiti via Internet in maniera decentrata) e delle conseguenti opportunità di far crescere il proprio business attraverso collaborazione e condivisione, sta offrendo alle piccole e medie imprese opportunità precedentemente inesplorate. A quest'ultime però mancano ancora le basi informative, la conoscenza degli strumenti e del significato vero del WEB 2.0, in termini di analisi dei processi e condivisione di informazioni.

Con questa iniziativa abbiamo voluto indagare sia sulla domanda che sull'offerta: da una parte informare le imprese utenti di servizi ICT dell'evoluzione in atto nel mercato dal lato dell'offerta, e dall'altra comprendere il livello di sensibilizzazione circa le esigenze delle imprese che i fornitori di servizi ICT hanno in quest'area di sviluppo tecnologico.

Vorremmo aumentare, almeno a livello locale, il dialogo tra chi propone soluzioni ICT e chi fruisce di servizi, favorendo una logica di confronto basata sul vantaggio competitivo e non solo sull'effimera moda di una tecnologia.

Sono destinatari potenziali di questa pubblicazione le aziende, piccole e medie, di diversi settori merceologici (tutti potenziali utenti di servizi WEB 2.0) e le imprese del settore ICT in quanto interessate a diffondere le opportunità e sensibilizzare i potenziali clienti sulla tematica in oggetto.

Oltre a fotografare il livello di conoscenza del fenomeno WEB 2.0, vorremmo infine attivare un processo continuo di informazione e sensibilizzazione in questa materia innovativa.

Gerri Martinuzzi
gerri.martinuzzi@fi.camcom.it

21. DARE SPAZIO AI CONTENUTI: GENIOWEB

GENIOWEB è una giovane azienda il cui obiettivo è mettere le piccole e medie imprese nazionali nella condizione di essere finalmente padrone del proprio spazio su WEB.



Il prodotto principale di GENIOWEB è un CMS, ovvero un sistema di gestione dei contenuti, denominato Mr Gino. Grazie a questo prodotto, che ha un cuore tutto italiano, padroneggiare i contenuti del proprio sito internet per ottenere risultati professionali, non è mai stato così semplice. Oltre ai contenuti possono essere gestite aree riservate, newsletter, database prodotti ed e-commerce.

21.1. Il WEB 2.0

Se fino a qualche anno fa il sito WEB poteva essere un collezione di pagine creata e gestita da soggetti esterni all'azienda, ai tempi d'oggi è difficile pensare di lottare in questo mondo iper competitivo mantenendo questo distacco con il proprio sito internet. Le tecnologie WEB 2.0 sono da noi utilizzate per mettere in grado l'utente di amministrare il proprio sito WEB nel modo più semplice possibile ma non solo, il sito WEB si trasforma in uno strumento di lavoro comune dove i responsabili di vari settori dell'azienda fanno lavoro di squadra e fanno crescere in parallelo il sito aziendale. L'integrazione con l'archivio utenti, le aree riservate e le newsletter trasformano il sito in un potente strumento di comunicazione, di gestione dei contatti e di divulgazione di informazioni a più livelli di confidenzialità. L'azienda può finalmente informare e rendere i documenti disponibili oltre che al pubblico, anche ai suoi collaboratori interni e a chi opera regolarmente in aree geografiche distanti da quella della sede, e il tutto utilizzando sempre quell'unico strumento di riferimento che è il sito aziendale. Grazie a queste tecnologie è stato ribaltato anche il concetto dell'archiviazione aziendale dei prodotti: prima il sito era visto come un piccolo contenitore di informazioni da pubblicare, adesso è lo

strumento di archiviazione aziendale di tutte le caratteristiche tecniche, descrizioni, documenti, foto, tabelle dati ed altro che riguardano ciascun prodotto. Saranno poi i diritti di accesso di ciascun utente a determinare la porzione visibile di queste informazioni. Infine lo sbocco verso l'e-commerce non è mai stato così semplice e funzionale una volta che i prodotti e/o i servizi sono inseriti in questo database. Infine, le pagine WEB generate da Mr Gino hanno tutti gli accorgimenti necessari per essere ben indicizzate dai motori di ricerca, compresa la certificazione del W3C, cosa che premia i nostri utilizzatori con ottimi posizionamenti.

21.2. I limiti del WEB 2.0

L'impegno degli sviluppatori di questo settore dovrebbe essere sempre quello di produrre applicazioni utili, semplici e soprattutto accessibili. Forzando troppo la mano su queste nuove tecnologie si rischia di tagliare fuori tutta una fascia di utenti che per scelta o per limiti tecnologici non utilizzano strumenti moderni per la navigazione. Ad esempio, mentre non è un problema per gli amministratori del sito dotarsi di un browser moderno, potrebbe esserlo per chi naviga. Quindi gli sviluppatori dovrebbero sempre tener presente se la propria applicazione WEB 2.0 è rivolta alla parte pubblica o ad un ristretto gruppo di persone. Nel primo caso dovrebbero riuscire ad utilizzare solo quella parte di tecnologia che non crei discriminazioni tra gli utilizzatori, sia essa per fascia di età, per disabilità o per tipo di sistema utilizzato per la navigazione.

21.3. Sbocchi per il futuro

Mai come adesso l'informatizzazione delle aziende può essere un fattore determinante per il loro successo o per il loro declino. La parte informatica è anche determinante per la necessaria esigenza di riduzione di costi aziendali, poiché può facilmente sostituire compiti gestionali e ripetitivi che altrimenti dovrebbero essere eseguiti manualmente. Questo si traduce in una elevata domanda di informatizzazione a cui deve rispondere una seria, preparata ed etica offerta professionale. A questa non mancherà mai lavoro, ...almeno per il prossimo ventennio.

SANDRO SUCCI - sandro.succi@genioweb.com

21.4. Case History di GENIO WEB

CENTRO TOSCANO EDIZIONI

Sede: Santa Croce Sull'Arno (FI)

www.ctedizioni.it

Il Centro Toscano Edizioni srl è una casa editrice che pubblica libri e REALITY, il suo fiore all'occhiello, una rivista dedicata a innumerevoli argomenti con un occhio attento alla cultura e al suo territorio, la Toscana.

Abbiamo adottato questo sistema Mr.Gino all'inizio del 2008 poiché per la nostra tipologia di attività, sentivamo la necessità di avere un sito in cui lo strumento della comunicazione era nelle nostre mani.

La tempestività con cui possiamo inserire notizie riguardanti la nostra attività è stata molto importante per la nostra promozione; tanto che dal luglio 2008 abbiamo fatto nascere una rivista on line con invio quindicinale tramite newsletter.

La sua gestione e facilità di utilizzo del sistema ci ha suggerito l'avvio dell'attività parallela di servizio Ufficio Stampa da proporre ai nostri clienti per le loro campagne pubblicitarie.

Tutto questo ci ha permesso un aumento di visibilità e conseguente crescita di contatti lavorativi.

Evviva Mr.Gino...

Dott. Margherita Casazza

Amministratore e direttore di Reality

GRUPPO TECNO

Sede: PISA

www.tecnosq.com

La Tecno Sistemi di Qualità Snc offre consulenza aziendale specializzata in materia di qualità, ambiente, sicurezza, marcatura CE, mentre la Tecno Group Srl offre tecnologie e servizi in materia di energie rinnovabili e risparmio energetico.

Le due aziende operanti nello stesso gruppo, hanno deciso di adottare a Luglio del 2008 il sistema Mr.Gino per il loro sito web dopo anni di esperienza con le metodologie tradizionali. L'innovazione del sistema Mr. Gino si è dimostrata subito importante per entrambe le aziende che hanno potuto usufruire di un sito web

come vero strumento di comunicazione, effettivamente aggiornato in continuo e personalizzato, con gestione semplice e la conseguente possibilità di accesso da tutto il personale aziendale con le rispettive competenze.

Tutto ciò si è tramutato in un aumento di visibilità sul web, misurato con l'aumento dei contatti, di circa il 15% e l'acquisizione di 2 nuovi clienti importanti.

Ing. Daniele Tronconi
Amministratore

S&A

Sede: Legnano (MI)

Filiali: Varese, Brescia, Milano, Bologna, Firenze, Grottammare

www.sea-srl.it

La S&A s.r.l. opera sul mercato da oltre 15 anni come Distributore di sistemi integrati di sicurezza, automazione e videosorveglianza su tutto il territorio nazionale.

La forte crescita che ha caratterizzato negli ultimi anni il campo della sicurezza, ha reso necessaria la ricerca di uno strumento capace di supportare il marketing e la comunicazione aziendale nel web. Adottandolo come sistema di gestione nel gennaio 2008, MR Gino ha trasformato gli estenuanti sforzi del nostro staff in un efficiente teamwork votato a raggiungere il cliente con un semplice click. Da anonima finestra sul web, quale si presentava, il sito è divenuto un vero e proprio punto di riferimento per centinaia di nostri clienti.

Tutto si traduce in una maggiore produttività, semplice flessibilità, aumento del posizionamento aziendale sul mercato, continuo aggiornamento e sviluppo, grande grande soddisfazione!!!

Matteo Ramponi



SANDRO SUCCI

GENIO WEB

Web: www.genioweb.com

Email: sandro.succi@genioweb.com