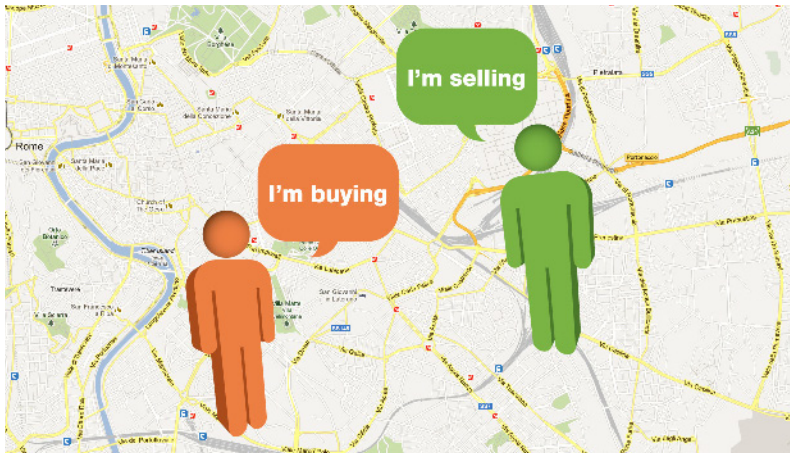


- Internet e glocalizzazione → a pag.2
- La rivoluzione degli Open Data → a pag.2
- Glocalnews: intervista a Marco Giovannelli → a pag.3
- Google Places for Business → a pag.3
- L'Italia Camp visto da Insistema → a pag.4
- Pay-per-Lead → a pag.5

Inoltre: **MARKETING 2.0, M-COMMERCE, LOCAL WIDE WEB**

Una newsletter per parlare di web e marketing

ANNO 1 NUMERO 2 · DICEMBRE 2012



INFOGRAFICA

## Local Wide Web

da stateofsearch.com



EDITORIALE

## Internet e glocalizzazione

Think global, act local: un'opportunità alla portata di tutti. Grazie alla tecnologia

Il concetto di glocalizzazione nasce in Giappone negli anni '80, come evoluzione e adattamento del concetto, collegato, di globalizzazione. Ma forse solo oggi, grazie all'evoluzione di Internet, all'affermazione dei social media e delle applicazioni web 2.0, riusciamo a comprenderne a pieno la portata.

DI A.P. → CONTINUA A PAG 2

WEB E GIORNALISMO

## Glocalnews: intervista a Marco Giovannelli direttore di VareseNews

"Se vuoi essere universale, parla del tuo villaggio": la citazione di Tolstoj ben rappresenta il festival del giornalismo locale online che si è svolto a Varese dal 15 al 17 novembre

DI M.D.M. → a pag.3

TAG CLOUD



Il local web è l'ecosistema online che permette alle attività cittadine di farsi conoscere e incrementare le vendite, aumentando l'esposizione delle imprese ai potenziali clienti

→ <http://tinyurl.com/search-local-web>

ITALIA CAMP

## L'Italia Camp visto da Insistema

Insistema ha preso parte all'evento di Italia Camp dal titolo Salvezza o Dannazione che si è svolto il 20 ottobre alla Pontificia Università Lateranense di Roma

DI M.D.M. → a pag.4

OPEN DATA

## La rivoluzione degli Open Data

L'Italia si prepara a mettere in rete i dati della collettività, a disposizione di cittadini e imprese

DI M.D.M. → a pag.2

GOOGLE

## Google Places for Business

Le ricerche in rete riguardanti contenuti locali sono le più frequenti e si trasformano più spesso in acquisti

DI M.L. → a pag.3

PORTAIMPRESE

## Pay-per-Lead: il contatto diretto fra azienda e cliente

Scopri il nuovo servizio di preventivi per i professionisti e le aziende di Roma e del Lazio

DI E.L. → a pag.5



OPEN DATA

## Internet e Pubblica Amministrazione: la rivoluzione degli Open Data

*L'Italia si prepara a mettere in rete i dati della collettività, a disposizione di cittadini e imprese*

Le recenti modifiche legislative porteranno a una vera e propria rivoluzione nella Pubblica Amministrazione attraverso l'obbligo di rendere accessibili la maggior parte dei dati catastali, ambientali, sanitari e relativi ai pubblici bilanci.

Gli Open Data non sono altro che gli strumenti che vanno a comporre il cosiddetto **Open Government**, vale a dire il **nuovo modello di governance che consente alle amministrazioni pubbliche di essere aperte e trasparenti nei confronti dei cittadini**. L'idea, ripresa negli USA nel 2009 con il governo Obama, fa perno su tre pilastri: trasparenza, partecipazione e collaborazione.

In pochi anni l'idea di open government si è diffusa nel mondo, e l'Italia si è adeguata anche grazie alle pressioni implicite provenienti dalla rete.

Il processo di apertura dei dati è in corso già da due anni, ma la deadline sarà quella del 1° gennaio 2013: a partire da questa data, infatti, secondo quanto disposto dall'articolo 18 del DL 83/2012, la pubblicazione dei dati sarà obbligatoria per rendere effettivo qualsiasi atto: significa che se una ditta vince un appalto ma i documenti non vengono pubblicati, non seguirà incarico alcuno, quindi nemmeno il compenso, e potrà ricorrere contro il responsabile che non ha provveduto alla pubblicazione.

Riusciranno le amministrazioni pubbliche a essere pronte a questa innovazione o auspicheranno una deroga in materia? Presto o tardi, in ogni caso, il progetto dovrà essere attuato e ci sarà bisogno di inserire i dati su siti capaci di contenerli e che siano costantemente aggiornati. I dati dovranno essere fruibili da parte di singoli cittadini, aziende e organizzazioni a scopo di conoscenza, di controllo democratico, ma anche per trarne nuove opportunità di business. La tecnologia dovrà supportare le esigenze di una democrazia sempre più partecipata e collaborativa proprio grazie ai mezzi offerti dall'informatica. La facilità di gestione e di manutenzione dei siti diventerà una priorità per consentire ai dipendenti comunali addetti di svolgere il proprio lavoro con efficienza.

Gli Open Data nelle Pubbliche Amministrazioni sono un effetto tangibile di come internet interviene a modificare e agevolare lo svolgimento delle attività burocratiche e a far scoprire un nuovo modo di intendere la democrazia diretta a partire dalle unità amministrative più piccole.

EDITORIALE

## Internet e glocalizzazione

[→ DA PAG.1]

Il principio della glocalizzazione riconosce che il fondamento della società, in ogni epoca, è composto da individui che interagiscono, comunicano, si relazionano in comunità e micromondi che si allargano e si compongono fino a creare sistemi complessi e strutture articolate che però, pur nella loro dimensione globale, sono sempre composte dagli individui, dai loro scambi e dalle loro interrelazioni.

Internet ha seguito un percorso analogo.

Nata come strumento globale per eccellenza, sta profondamente trasformando i mercati e le relazioni che li compongono, riportandoli alla loro dimensione originaria, a quella *one-to-one* dei mercati reali, nei quali i rapporti di forza sono relativamente equilibrati, la domanda e l'offerta si confrontano in modo diretto e non mediato dai mezzi di comunicazione di massa, e le informazioni passano liberamente tra gli individui, i quali di conseguenza formano le loro opinioni e prendono le decisioni di acquisto.

Grazie al web sociale queste facoltà tornano alle persone. E le aziende, anche quelle piccole e caratterizzate da una dimensione soprattutto locale, possono sfruttare questa nuova metafora dei mercati locali per entrare in contatto e comunicare con i clienti in modo diretto e non mediato, replicando questo approccio indipendentemente dalla localizzazione geografica e dall'ampiezza del loro pubblico "fisico" di riferimento.

Un numero sempre crescente di persone usa il web per cercare soluzioni alle proprie esigenze, ma Internet non è più un fenomeno solo globale. Già oggi, in questo momento, una parte molto rilevante dei più di 3 miliardi di *query* servite al giorno da Google, sono volte a trovare informazioni su attività nelle vicinanze, su eventi cittadini e, in generale, sui contesti in cui vivono gli utenti che le hanno generate. I principali motori di ricerca sono ormai orientati ad assecondare questa tendenza e anche i maggiori social network offrono servizi per la geolocalizzazione dei contributi dei loro utenti.

Il motto della glocalizzazione, **Think global, act local**, sta rapidamente affermandosi nelle azioni e nelle strategie dei principali attori del web. La sfida che ci troviamo di fronte è ripensare il territorio, il cittadino, le imprese e i mercati per dare nuovi significati al concetto di "villaggio globale". Insistema ha già raccolto la sfida e contribuisce, ogni giorno, a disegnare questa nuova realtà, pensando apposite dinamiche di business, sostenibili, adeguate ed efficienti.

DI ALFONSO PACE

DI MICHELA DI MICHELE

WEB E GIORNALISMO

## Glocalnews: intervista a Marco Giovannelli direttore di Varese News

*“Se vuoi essere universale, parla del tuo villaggio”: la citazione di Tolstoj ben rappresenta il festival del giornalismo locale online che si è svolto a Varese dal 15 al 17 novembre*

### ■ Cosa le ha fatto capire quindici anni fa che valeva la pena scommettere su un giornale locale online?

Varese News è stato uno dei primi giornali locali online ed è nato dalla passione e dalla curiosità. Quello che è Varese News oggi è il risultato di un lavoro di squadra e di scelte fatte per perseguire un progetto più complesso. Ad un certo punto è necessario decidere se rimanere una realtà dalle dimensioni ridotte oppure fare uno sforzo per crescere: noi abbiamo deciso di diventare più grandi e oggi possiamo avvalerci di una redazione con trenta giornalisti professionisti, una rarità nelle testate online a livello locale.

### ■ Internet, uno strumento globale per scopi locali?

La geolocalizzazione costituisce uno dei temi fondamentali nell'ambito di Internet. Insieme ai social network rappresenta uno degli interessi principali su cui si incentrano le discussioni e sul quale si stanno concentrando gli sforzi per ottimizzarne le funzionalità.

### ■ Come giudica la decisione dell'Huffington Post Italia di non retribuire i blogger?

Se i blogger raccontano di una loro passione non devono necessariamente essere ricompensati per il loro contributo, ma se scrivere articoli riguardo un argomento diventa il loro lavoro, allora deve essere considerato come tale e quindi remunerato.

Per il resto, ritengo che l'Huffington Post sia un'operazione imposta dall'alto e non una realtà nata, per così dire, dal basso dall'aggregazione spontanea di blogger come accade per *Il Post* di Luca Sofri.

### ■ Crede che l'informazione potrà trovare un nuovo equilibrio fra web e carta stampata?

In realtà non ha più senso parlare di giornalismo digitale perché tutto è digitale: se questo meccanismo viene compreso, la carta potrà integrarsi e sopravvivere, se invece continua a porsi in una situazione contrapposta e di rifiuto verso internet, si suiciderà. Internet può giungere a sostenere la carta.

### ■ Varese News, fornendo notizie locali, è servita a radunare la comunità e non solo la community?

Certamente, siamo una realtà molto conosciuta e considerata nel nostro territorio, inoltre ogni anno abbiamo l'occasione di incontrarci in una festa alla quale partecipano migliaia di persone e vengono preparati più di 3mila piatti. Un giornale locale online che guarda all'esterno vive due centralità, perché ha i piedi ben piantati nella realtà del territorio, ma ha la testa nel mondo, dal momento che si muove sulla rete che è globale.

### ■ Cosa fa la cittadinanza per Varese News? In che modo i cittadini sentono come proprio questo organo di informazione?

I cittadini contribuiscono moltissimo inviando video, foto, commenti. Il nostro sito conta più di 90mila visite al giorno, provenienti al 70% da referral diretti, e un bacino di utenti attivo che ci segue anche sui canali social: Twitter, ma soprattutto Facebook che conta più di 35mila “mi piace” e cresce al ritmo di 2mila al mese.

### ■ Qual è la forza di Varese News?

La redazione è una squadra affiatata gestita da persone di trent'anni, la metà sono donne e molte mamme. Abbiamo costruito una realtà che funziona portando avanti la politica del “più fare e meno teorizzare” e se ora fossimo presi come campione sociale, l'Italia apparirebbe un Paese più bello.

DI MICHELA DI MICHELE

GOOGLE

## Google Places for Business

*Le ricerche in rete riguardanti contenuti locali sono le più frequenti e si trasformano più spesso in acquisti*

Avrete sicuramente notato che, effettuando su Google una ricerca relativa ad attività commerciali e aziende nella vostra città, vengono mostrati diversi risultati caratterizzati dai loro indirizzi, dalle recensioni e dalla loro posizione su una mappa.

Ciò avviene perché queste attività si sono iscritte a **Google Places for Business**, un servizio pensato per dare maggiore risalto alle attività legate a una dimensione territoriale, e per rendere i risultati di ricerca più precisi e utili per gli utenti.

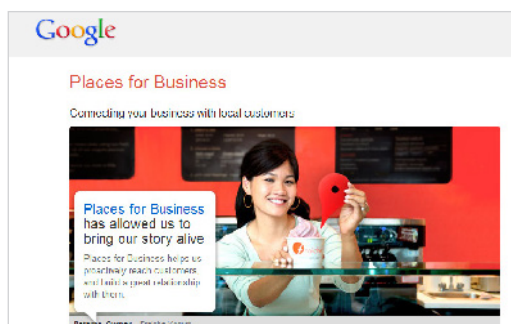
Di recente Google ha integrato questo servizio con quello offerto dal suo social network: **Google Plus**. Questa sinergia ha creato moltissime possibilità per le aziende che desiderano essere più visibili in rete, direttamente sulle pagine del motore di ricerca più usato al mondo:

- le pagine aziendali di Google Plus e Google Places ottengono più spazio sulla pagina di ricerca
- le aziende ottengono spesso un migliore posizionamento, collocandosi nella parte alta della prima pagina
- l'integrazione tra Google Plus e Zagat, che da oltre trent'anni recensisce attività appartenenti a diversi settori, fa sì che sulla pagina di ricerca sia possibile visualizzare anche i commenti alla propria attività
- la possibilità di creare una pagina in cui parlare del brand, dei prodotti e dei servizi, offre la possibilità di dialogare con i clienti e costruire un network.

Lo scorso anno il 73% delle ricerche effettuate online hanno riguardato contenuti locali e l'82% di queste hanno dato luogo ad acquisti.

Alla luce di questi dati, provate a rileggere l'articolo immedesimandovi nel potenziale cliente che effettua una ricerca: lui vedrà solo le attività che si avvalgono di questi strumenti di visibilità e non potrà che rivolgersi a una di loro per ultimare il suo acquisto.

DI MARIO LANZA



ITALIA CAMP

## L'Italia Camp visto da Insistema

Insistema ha preso parte all'evento di Italia Camp dal titolo Salvezza o Dannazione che si è svolto il 20 ottobre alla Pontificia Università Lateranense di Roma

L'introduzione è stata affidata all'intervento di Zygmunt Bauman, il sociologo che ha dedicato i suoi studi al fenomeno della globalizzazione. Bauman ha rintracciato il problema dell'attuale momento storico nel "divorzio fra potere e politica", a causa del quale il potere è nelle mani di organismi altri rispetto a quelli che amministrano i governi, ad esempio i grandi istituti finanziari. Gli apparati politici sono incapaci di tutela a causa della frattura intervenuta e si ritrovano ad "avere le braccia troppo corte per arrivare alle radici del male". In questa fase di interregno- come la definisce Bauman con riferimento al periodo di vacanza del trono durante la monarchia di Roma antica- gli strumenti in nostro possesso non servono più, ma si deve ancora trovare una soluzione: se la si troverà ci sarà salvezza, altrimenti dannazione. Bauman rintraccia il compito della generazione attuale nel riconciliare il potere con la politica e conclude rivolgendosi a un pubblico ideale, inteso in senso lato: "L'unica previsione che posso fare è che la vostra vita sarà piena della lotta per uscire dall'interregno". Salvezza o dannazione, dunque, anche nel discorso del sociologo, ma il sottotitolo della manifestazione non è una minaccia, quanto una provocazione a scegliere una strada o l'altra.

Un palindromo di tre minuti capovolge la visione imposta dalla crisi e dà una spinta allo spirito imprenditoriale e ottimista delle giovani generazioni, esprimendo in modo suggestivo il motto "invertiamo la tendenza" che animava la manifestazione:

<http://tinyurl.com/guarda-il-video>.

Le proposte e le soluzioni anticrisi sono state presentate in quattro distinte sessioni dedicate a specifici argomenti: *Greening Generation* su ambiente ed energia, *San Precario* su impresa e lavoro, *Forward, to?* Su crescita e sviluppo, *Camp Mentis* su ricerca, scienza e tecnologia. Ogni *startupper* ha avuto a disposizione cinque minuti esatti per esporre la propria idea di business e convincere gli investitori a scommettere sul progetto. Una bella sfida che in tanti hanno raccolto.

Partecipare a un evento di Italia Camp permette di conoscere i fermenti in corso, le idee che animano il tessuto imprenditoriale, gli *spin off* usciti dalle Università italiane e tante altre realtà determinate a cambiare il Paese per non cambiare Paese, citando l'espressione del giovane *startupper* Andrea Silenzi.

DI MICHELA DI MICHELE



MARKETING 2.0

### Le 100 parole che hanno cambiato il marketing

da [mymarketing.net](http://mymarketing.net)

L'elenco redatto da Hubspot mette in evidenza quali innovazioni e concetti hanno ridisegnato lo scenario

In ordine alfabetico i 100 termini di un processo irreversibile che ha creato un nuovo modo di intendere il marketing e la comunicazione. Dalla A di **A/B Test**, fino alla W di **Wireless**, passando per vere e proprie rivoluzioni, come la E di **e-mail** che ha cancellato in pochi anni l'idea secolare della lettera.

CONTINUA SU

[HTTP://TINYURL.COM/MARKETING-IN-100-PAROLE](http://tinyurl.com/marketing-in-100-parole)



PORTAIMPRESA

## Pay-per-Lead: il contatto diretto fra azienda e cliente

Scopri il nuovo servizio di preventivi per i professionisti e le aziende di Roma e del Lazio

Molte aziende investono una parte sempre più consistente nella comunicazione online, per avere una visibilità a costi contenuti e stabilire una presenza sul web che le renda sempre visibili a nuovi potenziali clienti. Internet offre molteplici opportunità alle aziende che decidono di utilizzare la rete come ulteriore canale di vendita e in questo articolo vogliamo mostrarvi le potenzialità del lead.

Il lead è un contatto diretto di un cliente che vuole acquistare un prodotto o un servizio e ricevere maggiori informazioni a riguardo. Il servizio Pay-per-Lead permette alle aziende di pagare solo per i contatti ricevuti e offre ai clienti la possibilità di effettuare online acquisti consapevoli, grazie alla comparazione dei prezzi e delle offerte.

A differenza di altri tipi di comunicazione pubblicitaria, con il Pay-per-Lead non sarai tu a cercare i clienti, ma i clienti a cercare te e la tua azienda.

PortaImprese ha realizzato il servizio di Pay-per-Lead per le aziende di Roma e del Lazio.

Il servizio è molto semplice e si basa su pochi e veloci passaggi. Un utente, quando non sa a chi rivolgersi per un prodotto o un servizio, effettua delle ricerche online, dove troverà una miriade di siti e annunci. Il servizio intercetta proprio questo target e propone all'utente di compilare un form per spiegare ciò di cui ha bisogno per ricevere cinque preventivi, in modo completamente gratuito. PortaImprese invia le richieste ad altrettante aziende che contatteranno direttamente l'utente per proporre la loro offerta e l'utente sarà libero di scegliere il preventivo che risponde meglio alle sue esigenze.

La forza di PortaImprese Preventivi, la grande differenza rispetto a servizi analoghi, sta nella conoscenza e nella presenza sul territorio di Roma e del Lazio.

Per scoprire tutti i vantaggi di PortaImprese Preventivi, chiedi al tuo commerciale di riferimento o scrivi a [emanuele@insistema.com](mailto:emanuele@insistema.com).

DI EMANUELE LANGONE

E-COMMERCE

## Tempo di m-commerce da pmi.it

Il mobile diventa strumento sempre più importante per gli acquisti online, e per i rivenditori è il momento di adeguarsi

Un numero sempre crescente di utenti si avvale di device mobili, come smartphone e tablet, per connettersi alla rete e fare ricerche. Una recente indagine evidenzia la crescente diffusione in Italia di smartphone e la forte propensione degli italiani agli acquisti in mobilità. Questo dato deve indurre molte aziende a riflettere sulla propria esistenza online: la priorità è stabilire una presenza agile e di facile accesso, in modo da favorire la permanenza dell'utente sulla pagina e abbassare il tasso di abbandono, dovuto a difficoltà di visualizzazione. La soluzione può essere un sito responsive, che si adatta agli schermi di questi supporti, o uno spazio essenziale e completo che mostri con immediatezza la tua azienda e i tuoi prodotti o servizi.

Se desideri una consulenza per scegliere la soluzione più adatta alle tue esigenze, contatta Insistema scrivendo a [michela@insistema.com](mailto:michela@insistema.com).

CONTINUA SU [HTTP://TINYURL.COM/ACQUISTI-ONLINE](http://tinyurl.com/acquisti-online)



## Contattaci!

### Cosa vorresti leggere su Insistema Newsletter?

Se hai temi di marketing online da suggerire e osservazioni da fare, scrivi a [michela@insistema.com](mailto:michela@insistema.com).

### Vuoi realizzare anche tu una newsletter per aggiornare i tuoi clienti sui nuovi prodotti e fidelizzarli con notizie utili?

Insistema può realizzare la newsletter personalizzata della tua azienda e gestire l'invio. Chiedi come averla a [michela@insistema.com](mailto:michela@insistema.com).

PortaImprese  
il portale delle imprese di Portaportese

Powered by: PortaPortese



## Preventivi gratis: idraulici

Cerchi un idraulico ma prima vorresti sapere quanto ti costa?

Nessun problema...con pochi click puoi ottenere fino a 5 preventivi gratuitamente e senza impegno!

Abbiamo selezionato solo i migliori professionisti di Roma e del Lazio!

Trova l'idraulico che cerchi in 3 semplici passaggi!