UNIPRO
Associazione Italiana delle Imprese Cosmetiche

Milano, 15 gennaio 2013

Social network e internazionalizzazione: quali strumenti, per quali imprese?

Marco Pirozzi
marco.pirozzi@unipro.org
Centro Studi UNIPRO

Centro Studi UNIPRO

Social network e internazionalizzazione: quali strumenti, per quali imprese?

Panoramica

Panoramica

Social pro

Social network professionali

Focus: Cina

Focus: Cina

Centro Studi UNIPRO

Panoramica

Panoramica



Centro Studi UNIPRO

Toni, colori, aspetti costantemente mutevoli

Social network e internazionalizzazione: quali strumenti, per quali imprese?

Il web e i *social media* sono in continuo divenire, si modificano e vengono plasmati in maniera bidirezionale sia dagli ideatori che dagli utenti.

A dirla tutta, questo caleidoscopio di interazioni ha contribuito allo sviluppo di reti sociali sempre più *creole* e capaci di adattarsi al proprio, soggettivo, modo di intendere l'interazione su Internet.

Centro Studi UNIPRO

Siamo degli *onnivori digitali*

27 milioni di persone in Italia usano i *social* network

su Facebook si spende **1/3** del nostro tempo *online*

il **45%** dei cellulari è *smart*

la versatilità del proprio sito in funzione del mondo
mobile non è più un accessorio, ma una necessità

social networking e fruizione video?
vincono i ***tablet***

Centro Studi UNIPRO

2012: quali novità?

Social network e internazionalizzazione: quali strumenti, per quali imprese?

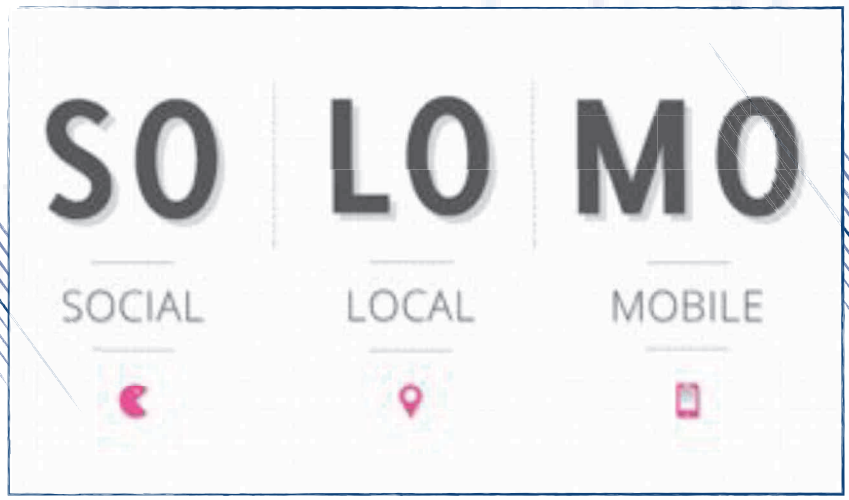
• nuove pagine diario, sponsored stories • acquisizione Instagram e Glancee • targeting per i post • FB Gifts, app Facebook Pages Manager • Dropbox nei gruppi	• Campagne "pay for": *promoted tweet*, trends • *enhanced profile pages* • brand pages • maggior importanza alle immagini	• LinkedIn endorsements • notifiche real-time • nuove pagine aziendali (look, annunci di lavoro, prodotti e servizi) • nuova versione mobile (utilizzata dal 23% degli user)	• nuova pagina iniziale • integrazione con *analytics* • vanity URL • condivisione privata dei post • riunioni *hangout*, calendario	• grafica essenziale, ma veloce, migliorata l'integrazione con i principali social • *content curation* da manuale • dal 12/11 board *segrete* dal 14/11 profili *business*





Centro Studi UNIPRO

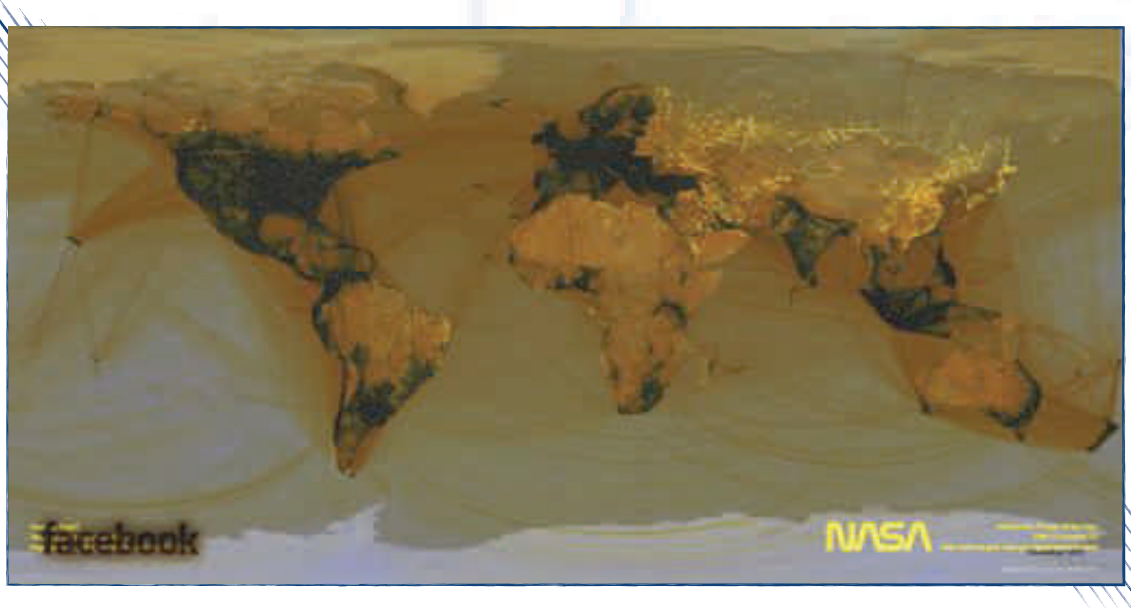
Dal GLOCAL al...



Il mondo è di Facebook?



Non solo...



Utenti attivi ogni mese nei *social*

Social network e internazionalizzazione: quali strumenti, per quali imprese?

	1.000	145	200	150	25
	23,5	3,7	4,1	3,1	0,6

- valori in milioni di utenti, dati aggiornati a gennaio 2013

Per altre statistiche:
http://thesocialskinny.com/216-social-media-and-internet-statistics-september-2012/

Centro Studi UNIPRO

Podio *social* nel mondo

Australia	Facebook	LinkedIn	Twitter
Austria	Facebook	Badoo	Twitter
Belgium	Facebook	Badoo	LinkedIn
Brazil	Facebook	Orkut	Badoo
Canada	Facebook	LinkedIn	Twitter
China	Qzone	Tencent Weibo	Sina Weibo
Denmark	Facebook	LinkedIn	Badoo
Finland	Facebook	LinkedIn	Twitter
France	Facebook	Badoo	Skyrock
Germany	Facebook	Wer-kennt-wen	Xing
India	Facebook	LinkedIn	Orkut
Italy	Facebook	Badoo	Twitter
Japan	Facebook	Twitter	Mixi
Netherlands	Facebook	Hyves	Twitter
Norway	Facebook	LinkedIn	Twitter
Portugal	Facebook	Badoo	Orkut
Sweden	Facebook	Twitter	LinkedIn
Russia	Odnoklassniki	V Kontakte	Facebook
Spain	Facebook	Tuenti	Badoo
United Kingdom	Facebook	Twitter	LinkedIn
United States	Facebook	Twitter	LinkedIn

Podio *social* nel mondo

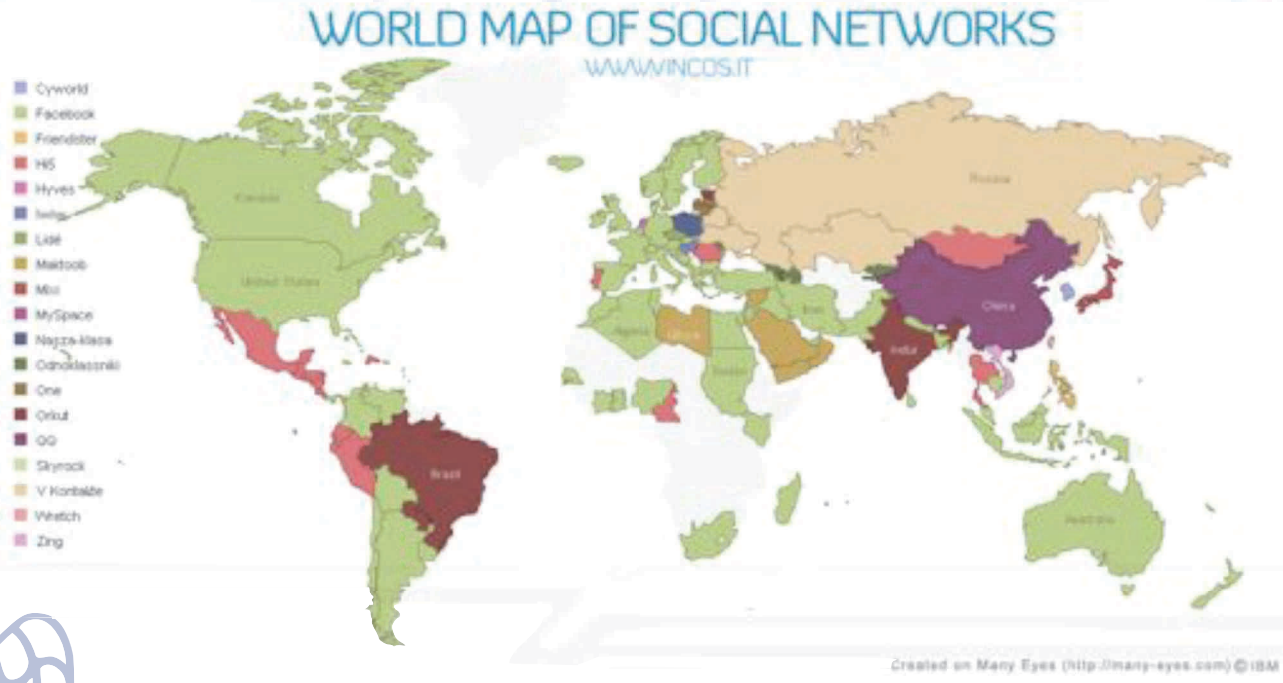
Social network e internazionalizzazione: quali strumenti, per quali imprese?

Italy	Facebook	Badoo	Twitter
United Kingdom	Facebook	Twitter	Linkedin
United States	Facebook	Twitter	Linkedin

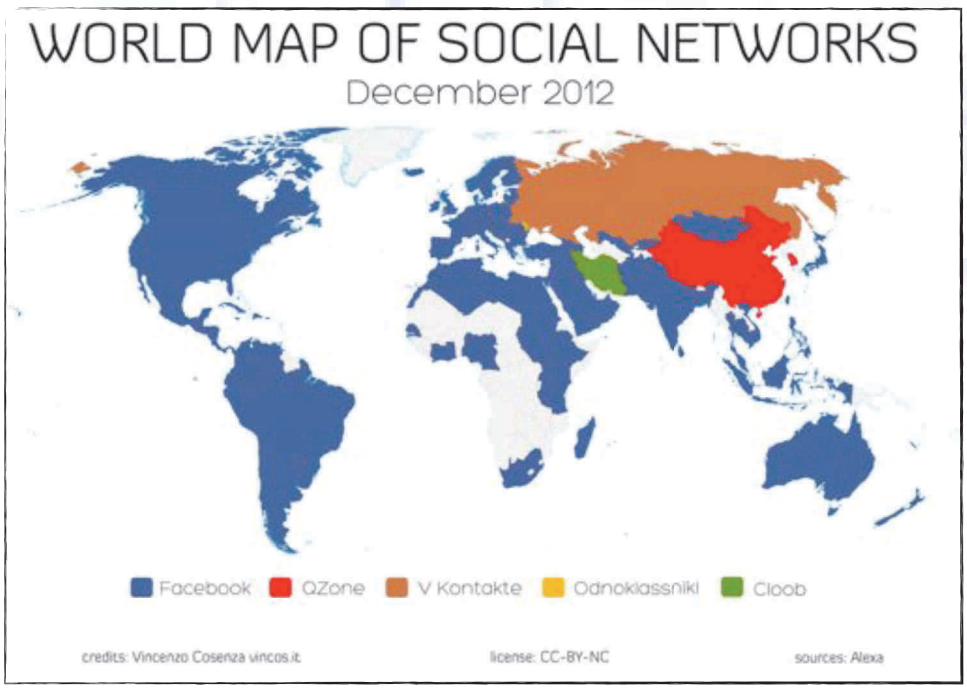
Brazil	Facebook	Orkut	Badoo
China	Qzone	Tencent Weibo	Sina Weibo
Russia	Odnoklassniki	V Kontakte	Facebook

Centro Studi UNIPRO

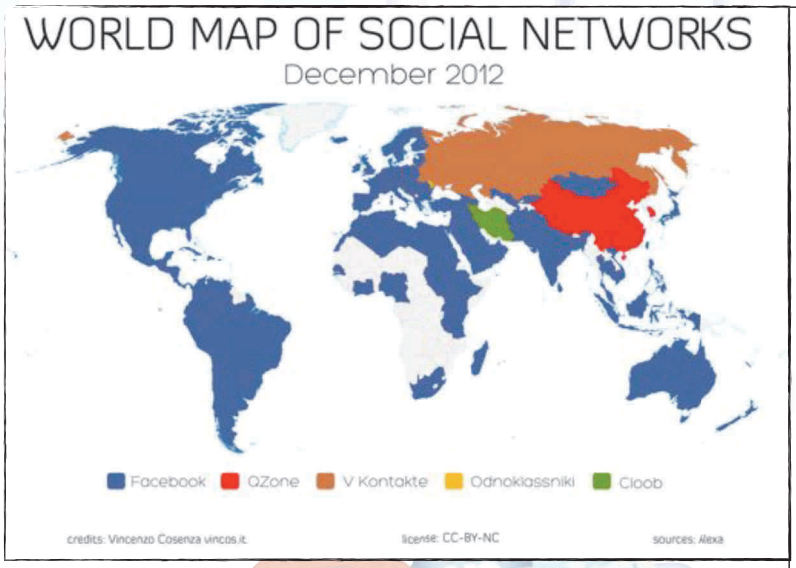
Mappa *social* 2009



Mappa *social* 2012



Social 2012: alcune considerazioni



L'**Europa** è il più grande continente di utenti Facebook con 232 milioni di iscritti. Segue l'America del nord con 222 milioni, l'Asia con 219 milioni. Eppure la forza di Zuckerberg non riesce a penetrare nelle cortine di ferro di alcuni paesi:

- la **Russia** dove la battaglia è tra due servizi locali: V Kontakte and Odnoklassniki;

- la **Cina** dove QZone dice di avere 560 milioni di utenti, seguito da Tencent Weibo (337 milioni) e Sina Weibo (334 milioni);

- l'**Iran** dove per accedere a Facebook si usa Tor o simili e il social network "di stato" è Cloob;

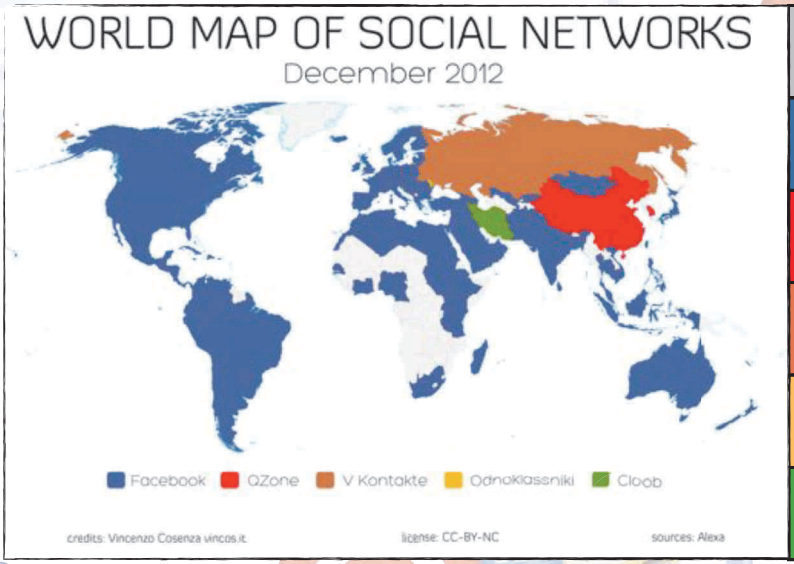
- Q3 e Q4 hanno registrato il progressivo abbandono dei social più in voga in **Vietnam** e **Lettonia**, rispettivamente Zing e Drauglem.



Centro Studi UNIPRO

Punti di vista...

Social network e internazionalizzazione: quali strumenti, per quali imprese?



Social	Dove	Utenti registrati
Facebook	Mondo	1.000.000.000
QZone + QQcent	Cina	1.000.000.000
V Kontakte	Russia	160.000.000
Odnoklassniki	Russia	45.000.000
Cloob	Iran (dopo il blocco di Orkut)	1.000.000

Centro Studi UNIPRO

Utenti *social* 2012

Social	Utenti (milioni)	Utenti attivi	Stato originario
Facebook	1.000	1.000	USA
Tencent QQ	712	712	Cina
Skipe	663	145	Danimarca/Svezia
QZone	560	200	Cina
Twitter	500	145	USA
Google+	500	150	USA
Windows Live	330	330	USA
Sina Weibo	368	37	Cina
Tencent Weibo	340	50	Cina
Habbo	273	5	Finlandia
LinkedIn	200	36	USA
Ren Ren	170	70	Cina
Badoo	162	46	Gran Bretagna
VKontakte	140	70	Russia
Bebo	117	13	USA

Social network e internazionalizzazione: quali strumenti, per quali imprese?

Social pro

Social network professionali



Centro Studi UNIPRO

Identikit

	LinkedIn	viadeo	XING
Anno di nascita	2003	2004	2003
Utenti nel Mondo (mio)	200	45	12
Utenti in Italia (mio)	4,1	1,1	0,4
Diffuso in	USA, India, Regno Unito, Canada, Australia, Olanda, (Cina), Sud Africa, Brasile, Pakistan -------- Francia e Italia	Cina (come Tianji), Francia, India, Brasile, Messico Usa e Canada --------- Italia e Spagna	Germania, Austria, Svizzera
Gruppi/hub	oltre 1 milione	oltre 250.000	oltre 50.000

Per ulteriori approfondimenti demografico-statistici:

http://social-savvy-pets.com/2013/01/09/linkedin-facts-and-figures/

http://corporate.viadeo.com/en/about-us/group-facts/

http://aimgroup.com/2012/09/09/xing-fights-off-linkedin-challenge/

Centro Studi UNIPRO

Perchè?

Social network e internazionalizzazione: quali strumenti, per quali imprese?

Entrare in contatto, mettersi in gioco e **creare una rete** con i colleghi ed i *buyer* nazionali ed internazionali.

Il ritorno? Visibilità, credibilità, ***corporate awareness***, ***backlink*** al proprio sito *corporate*, maggior visibilità nei motori di ricerca, incremento della fiducia e, perché no, qualche spunto preso da altri professionisti del settore.

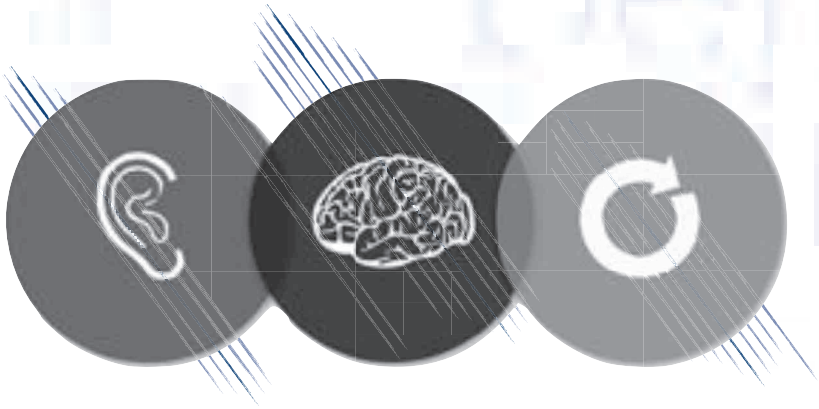
I social network professionali sono ancora (purtroppo) poco usati in Italia, ma il circolo virtuoso fatto di condivisione di contenuti e di servizi (es: news, circolari, spiegazione di metodologie di servizio) amplio e ben strutturato non è un'utopia.

Entrare in maniera autorevole nel grande, maccheronico, circo vuoto della comunicazione tra professionisti può creare le **giuste basi per spiccare tra i vari gruppi** improvvisati e fatti solo di *owner* che comunicano a senso unico con tempi e modi sbagliati.

XING LinkedIn viadeo

Centro Studi UNIPRO

Come?



Primi passi

Identificare delle parole chiave ed effettuarne una ricerca su gruppi, hub e forum dai motori interni di LinkedIn, Xing e Viadeo, adottando il punto di vista del professionista che vuole interagire con altri colleghi (a livello nazionale o internazionale) all'interno dei gruppi già esistenti sul tema.

In particolare, per ogni categoria di *keyword*, prendere in considerazione più termini di ricerca, semplificando così la consultazione; **numerosità del gruppo e/o rappresentatività** per l'utenza italiana vanno privilegiate in un primo *step*, monitorando a livello quantitativo e qualitativo le **conversazioni** tra i partecipanti del gruppo.

Per ogni gruppo trovato, tenere in forte considerazione e **fare una panoramica di *owner*** e principali ***influencer***, ove presenti e riconosciuti nelle conversazioni.

Primi passi

Owner: è il creatore del gruppo, o il suo moderatore principale

Influencer: è colui che inizia ripetutamente delle conversazioni nel gruppo, propone nuovi argomenti, partecipa attivamente ed in maniera propositiva. Se non presente, far rientrare in questa categoria gli utenti che, dopo aver inserito un *post*, vengono letti da molti membri del gruppo

nota: l'assenza di uno o più influencer può indicare come il gruppo sia poco interattivo oppure orfano di un vero e proprio trascinatore (che spesso collassa nella figura dell'owner)

Social network e internazionalizzazione: quali strumenti, per quali imprese?

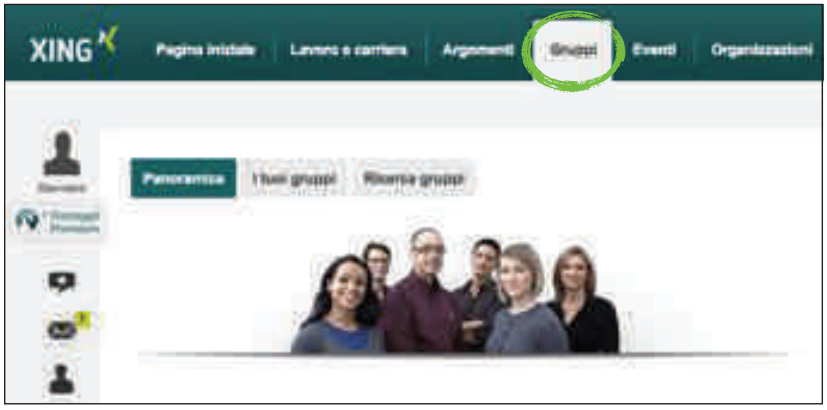
Chi, dove?

	LinkedIn	viadeo	XING
Audience	PMI, SME, multinazionali	Aziende medio-grandi, multinazionali	Piccole imprese, professionisti
Interazione	Gruppi open allargati, focus su export e materie specifiche	Forum e hub (da inizio 2012 riuniti in gruppi) specifici	Gruppi dedicati alle PMI, piccoli gruppi a tema specialistico
Come integrarsi	Sfruttare al meglio le interazioni con gli *influencer*	Fare leva su D&R e sulle interazioni con i membri dei gruppi	Stimolare gli *owner* dei gruppi medio-piccoli

Centro Studi UNIPRO

Interazione, dove?





Centro Studi UNIPRO

Social network e internazionalizzazione: quali strumenti, per quali imprese?

Focus: Cina

Focus: Cina



Centro Studi UNIPRO

La grande muraglia cinese



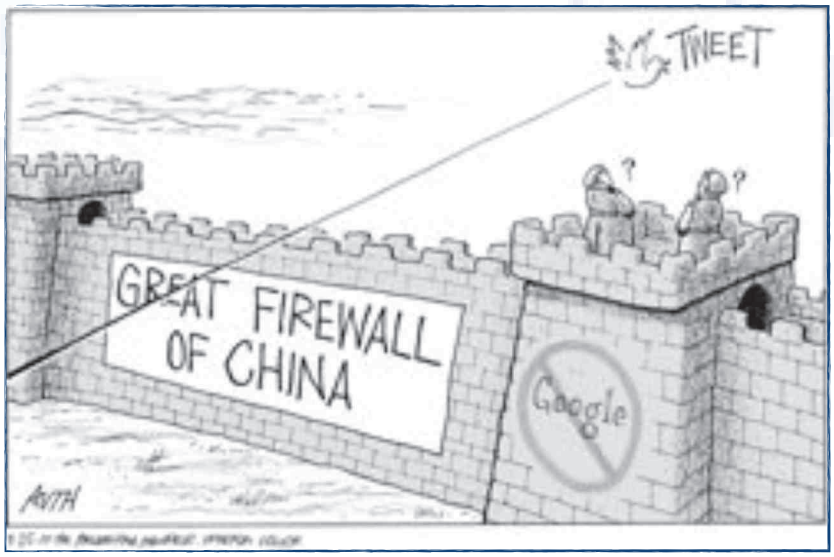
Il Golden Shield Project, chiamato anche **Great Firewall** è un **sistema di sorveglianza di Internet** applicato in Cina. Il progetto è stato avviato dal Ministero di pubblica sicurezza della Repubblica popolare cinese nel 1998 ed è entrato in funzione, in via sperimentale, nel 2003, e, definitivamente, nel 2006.

Il sistema permette sia di **bloccare** l'accesso ai siti vietati dal Governo cinese, sia di **monitorare** il traffico dati in entrata e in uscita dalla Cina. Lo scudo informatico permette di bloccare i contenuti contrari alle leggi cinesi quali la pornografia o la propaganda occidentale.

Eluderlo? Semplice, usando un *server proxy*. Altrettanto semplice è essere individuati dalle autorità di controllo nel momento stesso in cui si effettua questa operazione.

La grande muraglia cinese

Social network e internazionalizzazione: quali strumenti, per quali imprese?

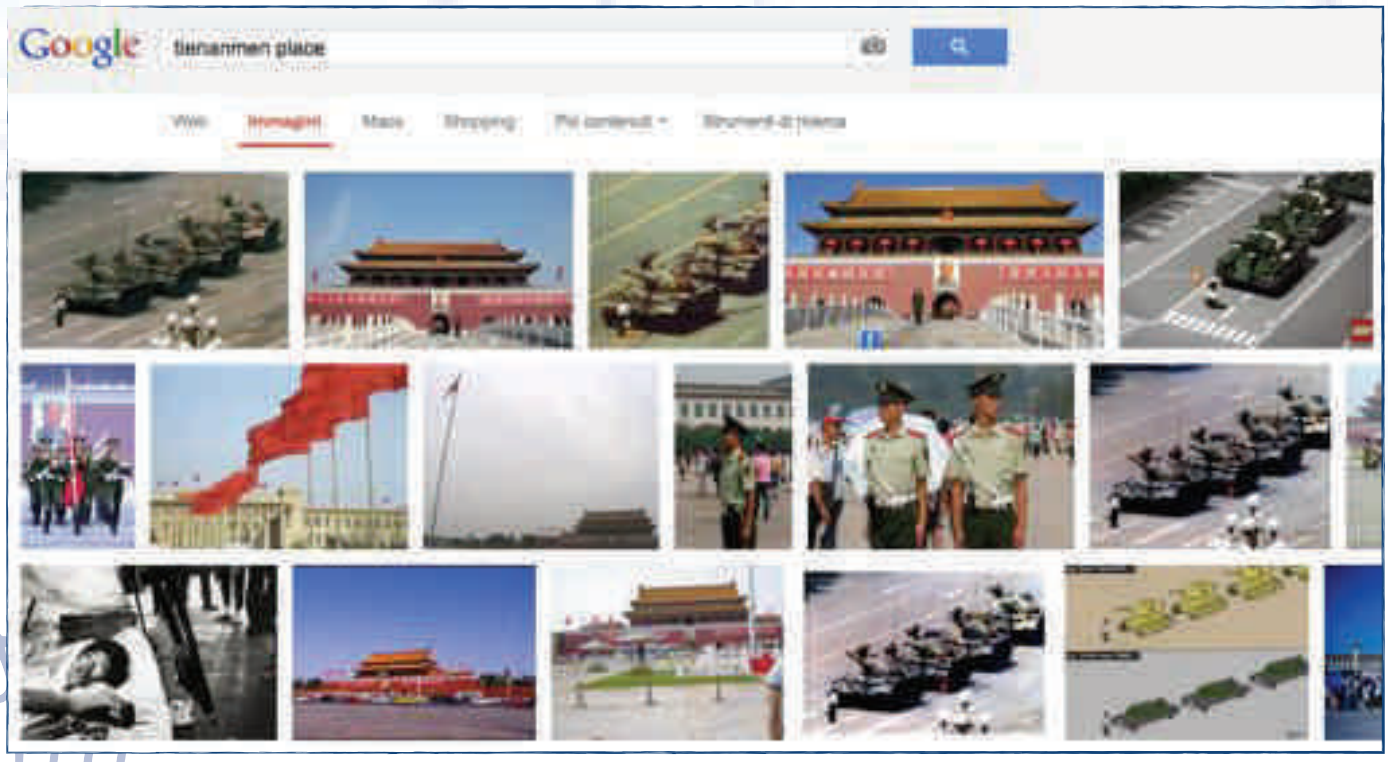


Il Golden Shield Project, chiamato anche **Great Firewall** è un **sistema di sorveglianza di Internet** applicato in Cina. Il progetto è stato avviato dal Ministero di pubblica sicurezza della Repubblica popolare cinese nel 1998 ed è entrato in funzione, in via sperimentale, nel 2003, e, definitivamente, nel 2006.

Il sistema permette sia di **bloccare** l'accesso ai siti vietati dal Governo cinese, sia di **monitorare** il traffico dati in entrata e in uscita dalla Cina. Lo scudo informatico permette di bloccare i contenuti contrari alle leggi cinesi quali la pornografia o la propaganda occidentale.

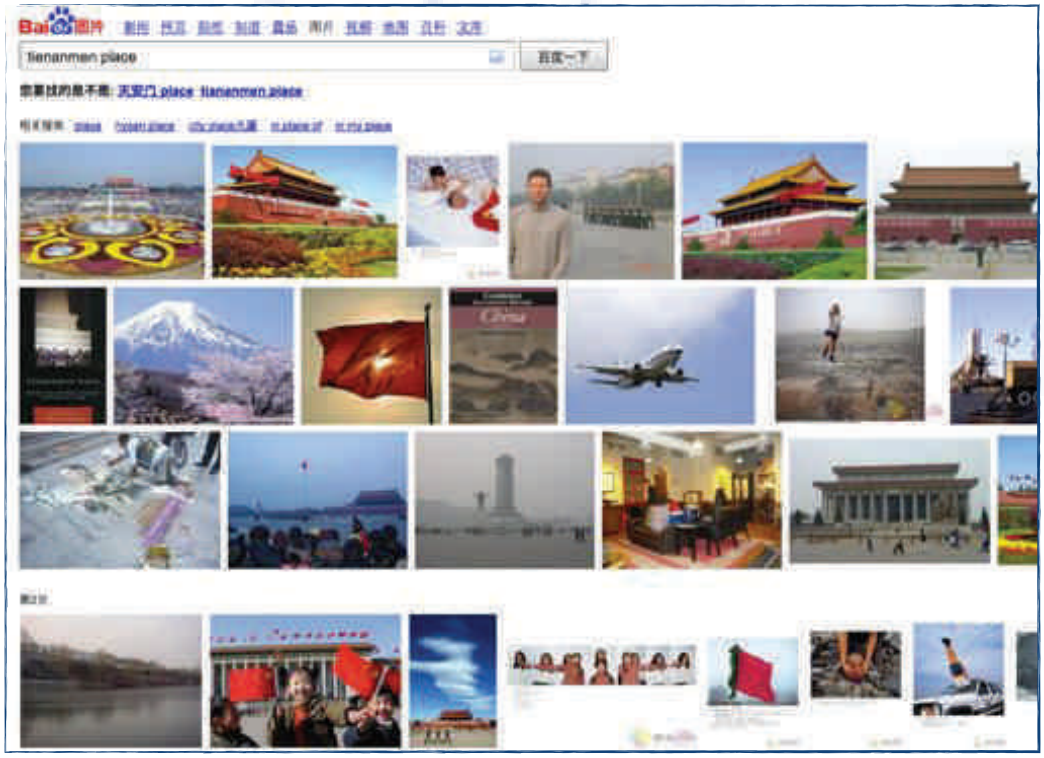
Eluderlo? Semplice, usando un *server proxy*. Altrettanto semplice è essere individuati dalle autorità di controllo nel momento stesso in cui si effettua questa operazione.

Centro Studi UNIPRO



Punti di vista

Social network e internazionalizzazione: quali strumenti, per quali imprese?



Centro Studi UNIPRO

Provare per credere



http://www.greatfirewallofchina.org

Provare per credere

Social network e internazionalizzazione: quali strumenti, per quali imprese?





http://www.greatfirewallofchina.org

Centro Studi UNIPRO

Il gioco delle coppie



Google



Facebook, Google+



Skype, MSN



Twitter



Youtube



eBay

https://wiki.smu.edu.sg/w/digitalmediaasia/images/0/05/Resonance-cic-2012-china-social-meida-landscape.jpg
https://wiki.smu.edu.sg/digitalmediaasia/Digital_Media_in_China
https://wiki.smu.edu.sg/w/digitalmediaasia/images/9/91/Overview2.jpg

Mahjong

Social network e internazionalizzazione: quali strumenti, per quali imprese?



Baidu



QZone, RenRen



Tencent QQ



Sina/Tencent Weibo



YouKu, TuDou



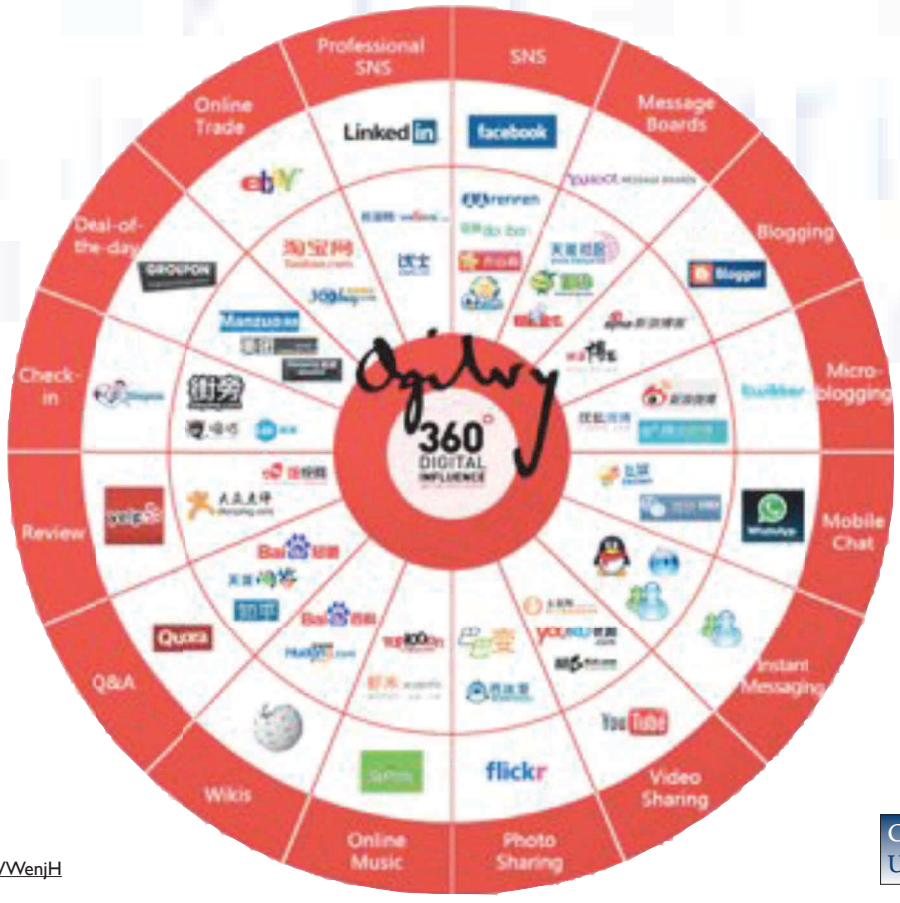
Taobao

Centro Studi UNIPRO

Social a confronto

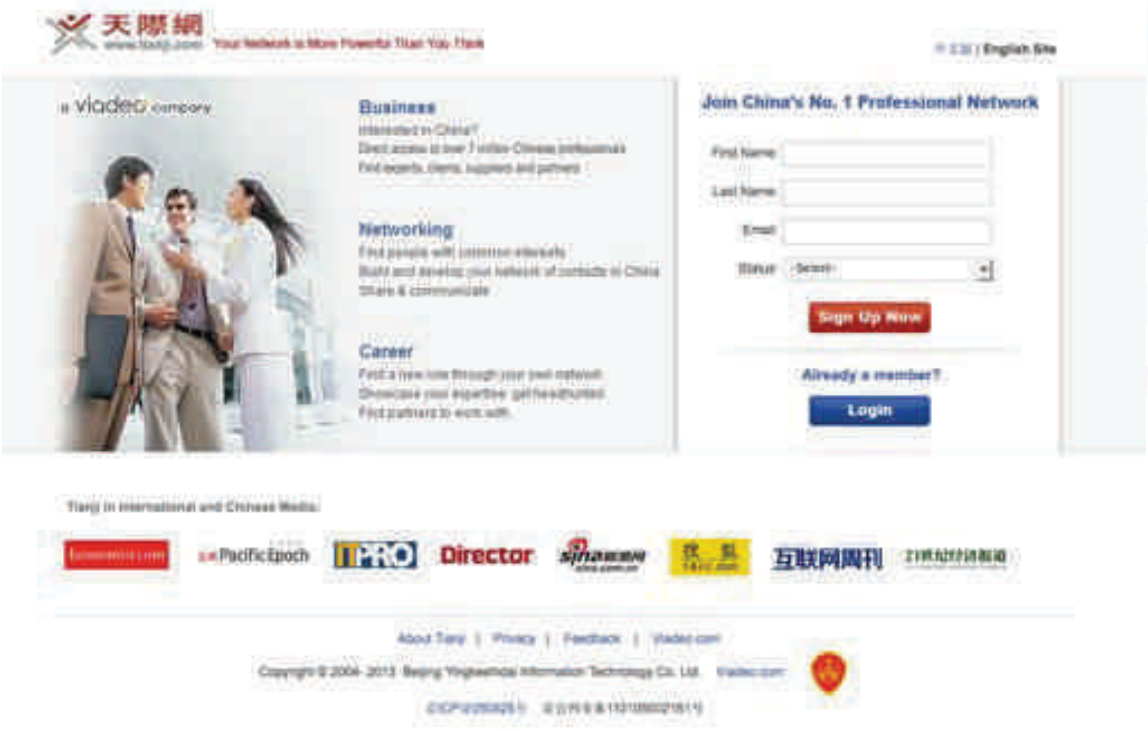
Google	Baidu
Facebook, Google+	QZone, RenRen
Skype, MSN	Tencent QQ
Twitter	Sina/Tencent Weibo
Youtube	YouKu, TuDou
eBay	Taobao

Panoramica *social* a confronto



http://bit.ly/WWenjH

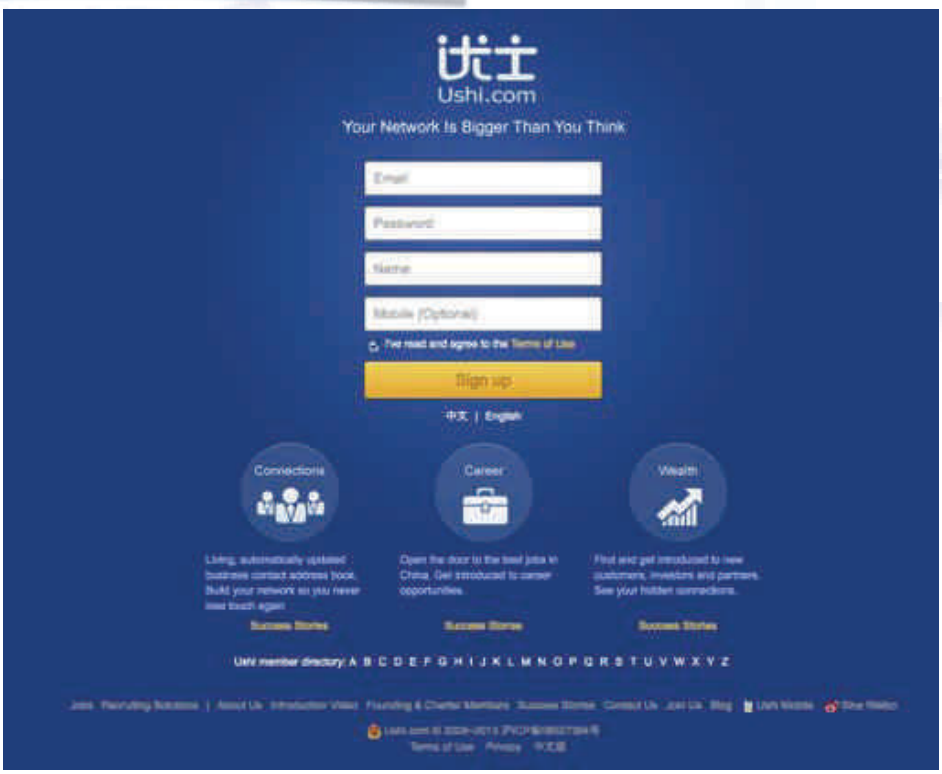
Linked..... In?



http://www.tianji.com/index_en.html
http://www.ushi.com
http://login.jingwei.com/

Linked..... In?

Social network e internazionalizzazione: quali strumenti, per quali imprese?



http://www.tianji.com/index_en.html
http://www.ushi.com
http://login.jingwei.com/

Centro Studi UNIPRO

Linked..... In?

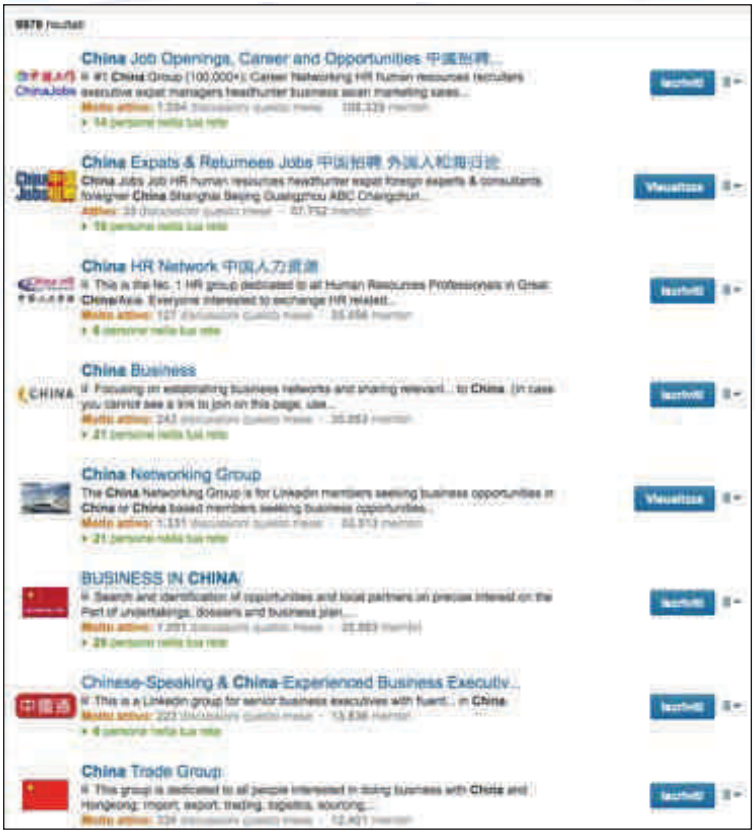


http://www.tianji.com/index_en.html
http://www.ushi.com
http://login.jingwei.com/

Opportunità di discussione

Social network e internazionalizzazione: quali strumenti, per quali imprese?

LinkedIn
viadeo
XING

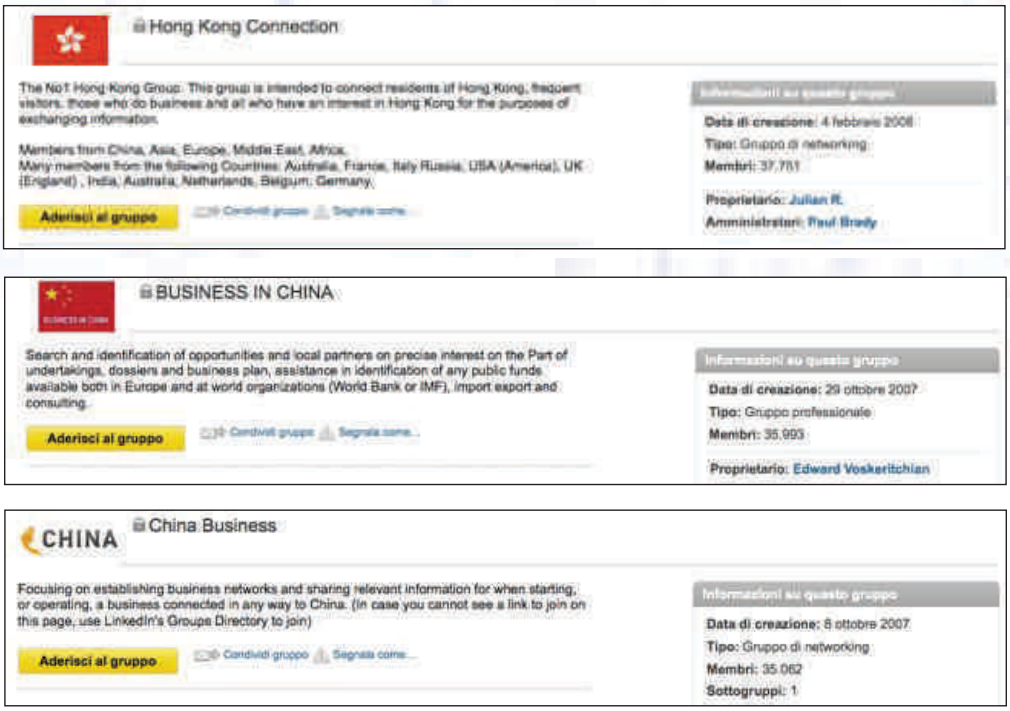


Centro Studi UNIPRO

Opportunità di discussione

Social network e internazionalizzazione: quali strumenti, per quali imprese?

Linked in
viadeo
XING



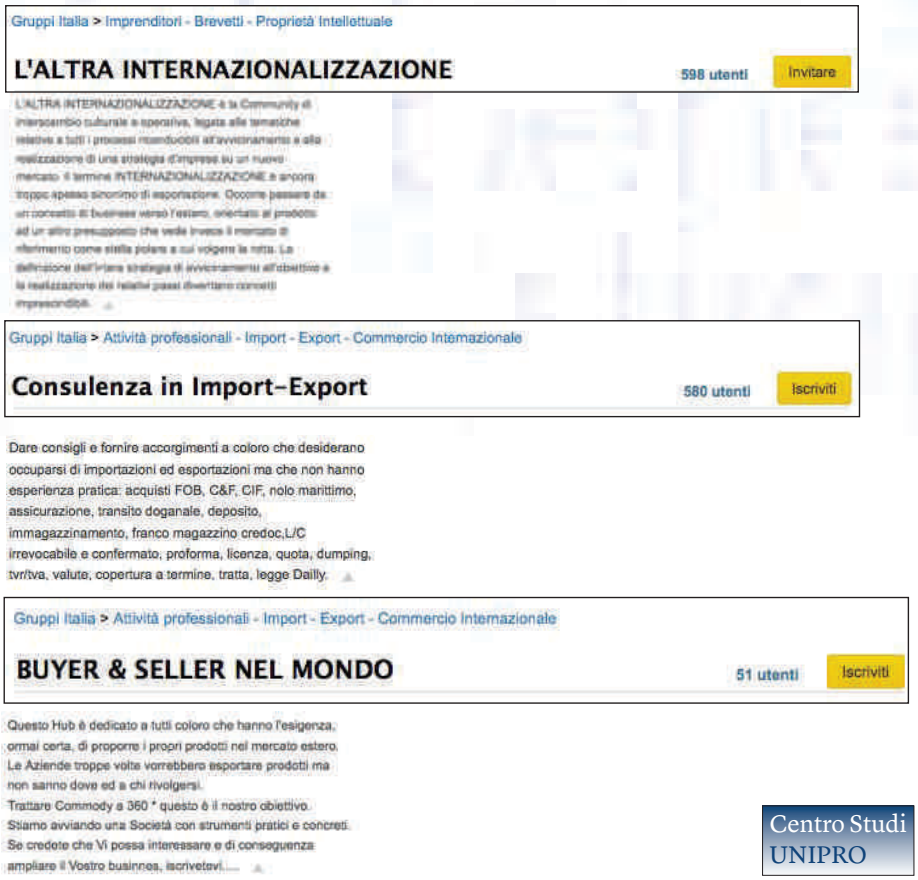
http://linkd.in/W0gnZK
http://linkd.in/Va8geO
http://linkd.in/UYVrD1

Centro Studi UNIPRO

Opportunità di discussione

Social network e internazionalizzazione: quali strumenti, per quali imprese?

Linked in
viadeo
XING



http://bit.ly/W3E1V3
http://bit.ly/W3HAK8
http://bit.ly/X88lgD

Centro Studi UNIPRO

Opportunità di discussione

Social network e internazionalizzazione: quali strumenti, per quali imprese?

LinkedIn
viadeo
XING

XING Xpert Ambassador Group

PMI Xpert

Il gruppo è stato avviato in data:	28/03/2008
Numero di iscritti al gruppo:	2.944
Contributi in questo gruppo:	253
Lingue:	Italiano

Chinese Business Club

Il gruppo è stato avviato in data:	18/01/2008
Numero di iscritti al gruppo:	5.764
Contributi in questo gruppo:	4.397
Lingue:	Tedesco, Inglese, Cinese

China is a highly exciting place to make business. The Chinese Business Club provides international business people with a forum to generate more business in China, with reliable business information, new ideas and valuable contacts for creating international business relations.



CHINA ENTREPRENEURS BUSINESS NETWORK (CEBN)

Il gruppo è stato avviato in data:	22/12/2009
Numero di iscritti al gruppo:	432
Contributi in questo gruppo:	78
Lingue:	Inglese

The China Entrepreneurs Business Network (CEBN) is all about people who want to do business with people! It's a forum for learning, inspiration and interaction for forward thinking owner managers and entrepreneurs by fostering a climate of camaraderie and mutual support between members. It has a multi fold objective to assist others starting a business in China or assist members explore business opportunities in China. The China Entrepreneurs Business Network (CEBN) is about celebrating and encouraging growth and success in small and medium sized businesses.

http://bit.ly/UKZXDh
http://bit.ly/UkdRxV
http://bit.ly/I1uJqKM

Centro Studi UNIPRO

UNIPRO
Associazione Italiana delle Imprese Cosmetiche

Milano, 15 gennaio 2013

GRAZIE

Marco Pirozzi
marco.pirozzi@unipro.org
Centro Studi UNIPRO

Centro Studi UNIPRO