

OI

M A G A Z I N E

01magazine.it

N. 06 | OTTOBRE | 2022

IL MAGAZINE SULLA TRASFORMAZIONE DIGITALE

**IL MONDO
CHE CONOSCIAMO**

**TECNO-FOBIA E
FASCINAZIONE 4.0.
CONVIVENZA POSSIBILE?**

**VINCENZO SCHETTINI: IL "PROF" DI FISICA
STAR DEI SOCIAL!**

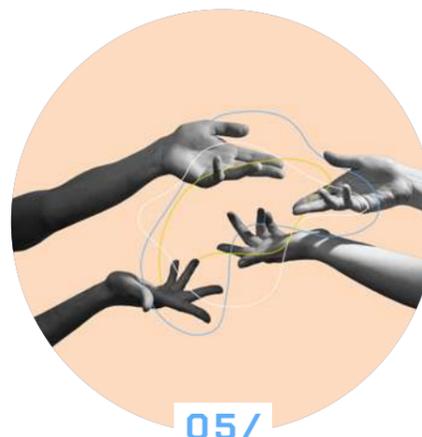


E alla fine deciderai di pubblicizzarti in questo spazio. Contattaci!

PRIMA DI OGNI ALTRA COSA LEGGERAI QUESTO

POI LEGGERAI QUESTO

Passerai quindi a questo



05/

05/ EDITORIALE
IL MONDO CHE CONOSCIAMO
LUIGI GULINO



09/

06/ MINDSET
IL MINDSET DEL TOOLKIT DA APPLICATO
ALLA PALLACANESTRO
LORENZO VETRANO

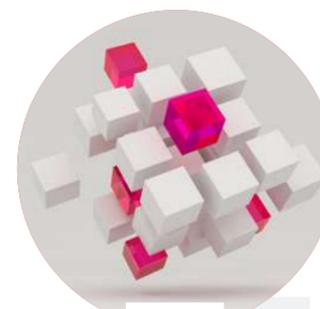
09/ INFLUENCER
VINCENZO SCETTINI: IL "PROF" DI FISICA
STAR DEI SOCIAL!
FRANCESCO RICCA



16/

12/ TECNOLOGIA
BLOCKCHAIN E WEB 3.0. TEMPO ATTUALE
E FUTURO MOLTO PROSSIMO
WILLIAM NONNIS

14/ PSICOLOGIA
TECNO-FOBIA E FASCINAZIONE 4.0.
CONVIVENZA POSSIBILE?
IRIS MATTERA

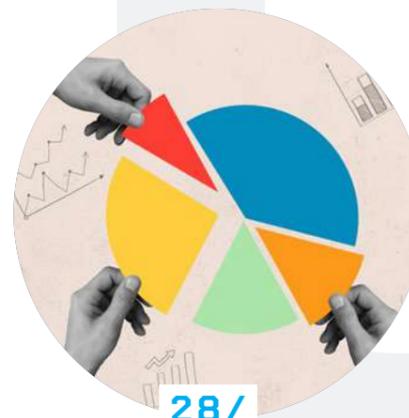


12/

16/ INTERVIEW
STEFANO VERSACE, AMBASCIATORE
DI ECCELLENZE ITALIANE PER GLI USA
FRANCESCO RUSSO

20/ TRAVEL
BIOGRAFIA NON AUTORIZZATA DI WECHAT
AMBRA SCHILLIRÒ

24/ RISORSE UMANE
DOORKEEPER: IL SOFTWARE PER LE IMPRESE DI PULIZIA



28/

28/ MARKETING
LA DIGITALIZZAZIONE NELLE AZIENDE
CHE VENDONO SERVIZI
ANGELO PASTORELLI

WHAT?!



**01magazine**

Testata giornalistica iscritta nel Registro dei Giornali e Periodici del Tribunale di Catania n° 6/2021 del 27/04/2021

www.01magazine.it

info@01magazine.it

DIRETTORE RESPONSABILE

Francesco Ricca

DIRETTORE EDITORIALE

Francesco Russo

ART DIRECTION & GRAPHIC DESIGN

Roberta Cleopazzo

RESPONSABILE MARKETING

Alessandra Morelli

RESPONSABILE COMMERCIALE

Umberto Bonanno

WEB E SOCIAL MEDIA

Luca Giuffrida

Hanno collaborato:

Luigi Gulino

Iris Mattera

William Nonnis

Angelo Pastorelli

Francesco Ricca

Francesco Russo

Ambra Schillirò

Lorenzo Vetrano

Redazione e pubblicità

Viale del Commercio, 3 | 95045 Misterbianco (CT)
Per la tua pubblicità scrivi a info@01magazine.it

01magazine è di proprietà di

Orangedev S.r.l.
Via Panciatichi, 40 - 50127 Firenze (FI)
Part. IVA e C.F. 06689280482

01magazine è coordinato e gestito da

BlietheDigital S.r.l.
Viale del Commercio, 3 - Misterbianco (CT)
Part. IVA 05885170877

“
... ci sono cose che vengono interpretate come seri atti di mancanza di rispetto, uno su tutti è sintetizzato con la frase: “meetings happen on time”
”

Il mondo che conosciamo.



LUIGI GULINO
CEO / Orangedev

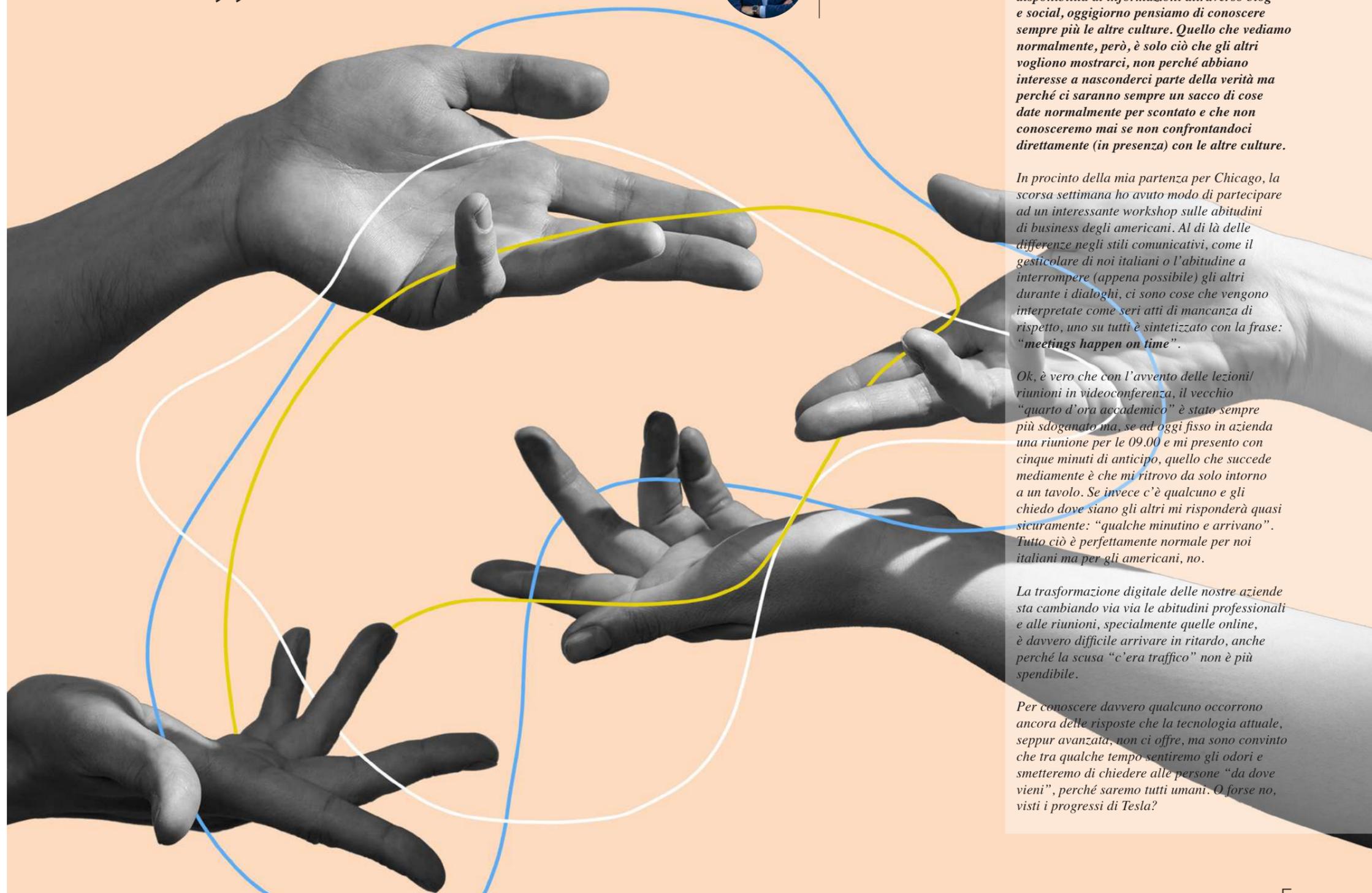
Grazie ad Internet e alla sua grande disponibilità di informazioni attraverso blog e social, oggi giorno pensiamo di conoscere sempre più le altre culture. Quello che vediamo normalmente, però, è solo ciò che gli altri vogliono mostrarci, non perché abbiano interesse a nasconderci parte della verità ma perché ci saranno sempre un sacco di cose date normalmente per scontato e che non conosceremo mai se non confrontandoci direttamente (in presenza) con le altre culture.

In procinto della mia partenza per Chicago, la scorsa settimana ho avuto modo di partecipare ad un interessante workshop sulle abitudini di business degli americani. Al di là delle differenze negli stili comunicativi, come il gesticolare di noi italiani o l'abitudine a interrompere (appena possibile) gli altri durante i dialoghi, ci sono cose che vengono interpretate come seri atti di mancanza di rispetto, uno su tutti è sintetizzato con la frase: “meetings happen on time”.

Ok, è vero che con l'avvento delle lezioni/ riunioni in videoconferenza, il vecchio “quarto d'ora accademico” è stato sempre più sdoganato ma, se ad oggi fisso in azienda una riunione per le 09.00 e mi presento con cinque minuti di anticipo, quello che succede mediamente è che mi ritrovo da solo intorno a un tavolo. Se invece c'è qualcuno e gli chiedo dove siano gli altri mi risponderà quasi sicuramente: “qualche minutino e arrivano”. Tutto ciò è perfettamente normale per noi italiani ma per gli americani, no.

La trasformazione digitale delle nostre aziende sta cambiando via via le abitudini professionali e alle riunioni, specialmente quelle online, è davvero difficile arrivare in ritardo, anche perché la scusa “c'era traffico” non è più spendibile.

Per conoscere davvero qualcuno occorrono ancora delle risposte che la tecnologia attuale, seppur avanzata, non ci offre, ma sono convinto che tra qualche tempo sentiremo gli odori e smetteremo di chiedere alle persone “da dove vieni”, perché saremo tutti umani. O forse no, visti i progressi di Tesla?



Il Mindset del toolkit DA applicato alla pallacanestro.



LORENZO VETRANO
PROJECT MANAGER,
SCRUM MASTER E AGILE COACH

In questo articolo vi racconterò come il Mindset DA mi ha supportato e indicato come comportarmi in un contesto lontano dal contesto informatico: la squadra di basket Masters U18 di Carate Brianza (MB), durante l'anno sportivo 2021/22.

Come allenatore DA punto, in primis, a sbalordire la mia squadra (**Delight customer e Be awesome**) superando le aspettative. In che modo? Preparando in anticipo gli allenamenti, ponendo le giuste domande per far ragionare i giocatori, aggiornandomi di continuo utilizzando nuove tecniche e strumenti, confrontandomi con preparatori di maggiore esperienza. Punto ad essere un motivatore per fare in modo che il team dia il meglio di sé in termini di approccio, concentrazione, puntando a diventare atleti risoluti e pedine utili alla squadra.

Sono ben conscio che ogni giocatore e ogni squadra è diversa dall'altra (**Context counts e Be pragmatic**). Dalla mia esperienza come giocatore (30 anni) e allenatore (6 anni) mi porto tecniche che reputo più efficaci, ma sono sempre all'erta nel verificare che il risultato finale sia quello sperato.

Uno dei miei obiettivi quotidiani è di portare gradualmente la squadra a ritmi sempre più alti. Lo faccio riducendo il tempo necessario per disporsi in campo tra un esercizio e l'altro, monitorando i tempi di recupero, registrando i tempi di esecuzione dell'esercizio, dettando la percentuale di intensità (50%, 80%, 100%). Il mio compito è anche quello di insegnare agli atleti a snellire l'esecuzione degli esercizi non solo evitando momenti di stasi, ma agevolando i compagni che vengono dopo o prima nella serie dell'esercizio (**Optimize flow**).

Tutti gli esercizi che pianifico e spiego hanno lo scopo di abituare gli atleti a leggere la situazione che hanno di fronte, valutando tutte le parti coinvolte e scegliendo la scelta più giusta. (**Choice is good**). Per fare questo è necessario allenare diversi gesti tecnici quali: non guardare la palla palleggiando, alzare la testa per vedere la posizione di compagni e avversari, interagire tra loro al fine di creare e sfruttare la situazione di vantaggio che

aumenta la probabilità di segnare (**Organize around product/services**).

Durante i discorsi alla squadra punto a far sentire ogni membro della squadra parte di un gruppo più grande su cui è possibile fare affidamento e dare supporto a livello squadra e società sportiva (**Enterprise awareness**). Prima e dopo gli allenamenti, nei momenti di pausa, do la possibilità a tutti gli atleti di esprimersi senza timore. Sono il primo a fare da icebreaker in modo da mettere tutti a proprio agio e aumentare la comunicazione all'interno della squadra (**Crea sicurezza psicologica e abbraccia la diversità**).

Come allenatore, ho il compito di agevolare il raggiungimento dei risultati individuali e di squadra sempre più velocemente con il passare del tempo e con l'aumentare della familiarità con il contesto (**Accelera la realizzazione del valore**). Ogni atleta deve impegnarsi a migliorare le sue skills fisiche e tecniche in modo da metterle al servizio della squadra ed essere più efficaci. Per far questo durante gli allenamenti condivido e ripeto diverse linee guida, alcune delle quali sono:

- ogni spostamento deve essere di corsa, non di passo;
- si palleggia a testa alta guardando compagni e avversari;
- il palleggio sul posto non ha utilità;
- il passaggio forte è il metodo più veloce per far muovere la palla;
- all'arrivo e all'uscita del palazzetto si salutano compagni e coach.

La proattività è essenziale sia in difesa che in attacco. Anche fuori dal campo è possibile essere proattivi, come, per esempio, offrendosi volontario per dare un passaggio a casa a chi ne ha bisogno, montare i canestri, ordinare i palloni, etc. Bisogna essere squadra anche fuori dal campo, ed anche questo aspetto deve essere allenato (**Collabora in modo proattivo**). Condivido quasi in tempo reale con la società presenze, convocazioni e strategie. In futuro conto di dare la possibilità alla squadra e allo staff di vedere, tramite una dashboard condivisa, gli obiettivi e i risultati aggiornati in



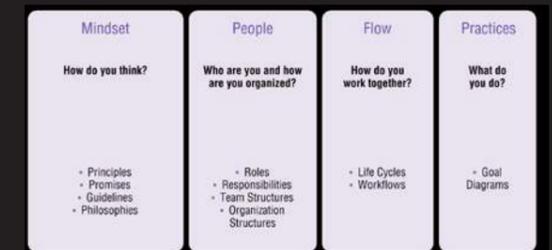
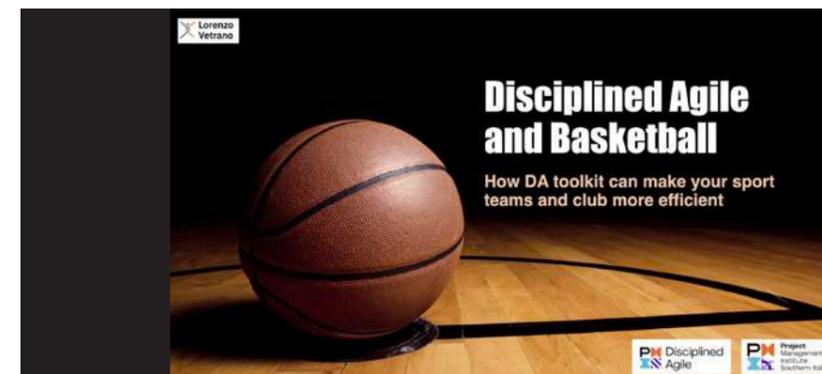
tempo reale (**Rendi visibile tutto il lavoro e il flusso di lavoro**).

Tramite l'analisi e l'osservazione continua della squadra punto ad analizzare gli aspetti in cui la squadra è più carente e quindi su cui è necessario focalizzarsi durante gli allenamenti (difesa, rimbalzi, coordinamento in attacco, rimesse, tiri liberi, tiri da tre) in modo da arrivare il più preparati possibile a quanto può succedere in partita. (**Migliora la prevedibilità**). In allenamento cerco di capire il livello di stanchezza medio della squadra in modo da adattare gli esercizi e i tempi. Durante la partita devo focalizzarmi sulla stanchezza di ogni atleta in modo da gestire al meglio i cambi (**Mantieni i carichi di lavoro entro la capacità**).

allenatore faccio in modo che non manchino momenti aperti allo scherzo. Solitamente prima e a fine allenamento (**Crea ambienti efficaci che promuovano la gioia**).

Dall'inizio dell'allenamento fino a ¾ spingo tutti a dare il massimo utilizzando uno stile di leadership autoritario. Punto a premiare l'impegno e la costanza, individuale e di squadra, tramite gesti semplici quali "dammi il cinque", ringraziamenti plateali, l'inserimento in quintetto base, minuti in campo durante la partita (**Cambiare cultura migliorando il sistema**).

Giorno dopo giorno faccio in modo che la squadra prenda autonomamente decisioni dentro e fuori dal campo. La nomina del capitano, per esempio, è avvenuta tramite



“
Punto ad essere un motivatore per fare in modo che il team dia il meglio di sé
”



Spesso faccio in modo di raccogliere feedback dallo staff e dagli atleti che si intrattengono di più in palestra. Dopo ogni partita ci si riunisce 15 minuti per discutere insieme cosa è andato bene e cosa si può migliorare (**Migliora continuamente**).

Ogni allenamento fisso un obiettivo che devo scomporre in esercizi in progressione didattica, spiegare e fare eseguire ripetutamente. Durante tutto l'allenamento controllo che sia stato assorbito e meccanizzato (**Convalida gli apprendimenti**).

Come disse Aristotele: "Noi siamo quello che facciamo ripetutamente. Perciò l'eccellenza non è un'azione, ma un'abitudine". Periodicamente provo a mettermi nei panni di atleti, famiglie, società sportiva, in modo da pensare al modo in cui posso offrire un servizio migliore e anche innovativo (**Applica il Design Thinking**).

Come allenatore sfrutto ogni occasione per interagire con staff, giocatori, genitori in modo da raccogliere pareri e valutarli per migliorare il mio lavoro e i risultati dell'intera squadra (**Partecipa alle relazioni attraverso il flusso di valore**).

Ricordate il clima che c'era negli spogliatoi dell'Italia campione d'Europa di calcio? Ecco uno dei motivi per cui abbiamo vinto! Da

candidatura spontanea e votazione da parte di tutti. Io sono stato solamente un facilitatore di questo metodo. (**Crea team auto-organizzati semi-autonomi**).

Faccio attenzione ad essere il più obiettivo possibile attenendomi alle metriche che ricerco e condivido durante gli allenamenti. I risultati individuali e di squadra da monitorare possono essere svariati (punti, falli, rimbalzi, palle perse e recuperate), ma non avendo un assistente mi limito ad analizzare e sottolineare con la squadra i momenti in cui siamo più efficaci sia in difesa (palle recuperate e rimbalzi) che in attacco (tiri aperti e punti realizzati) (**Adottare le misurazioni per migliorare i risultati**). La squadra utilizza diverse risorse e servizi societari (turni nelle palestre, utilizzo di palloni, borsa medica, visite mediche, completini e tute) che provo a ottimizzare per offrire un servizio migliore agli atleti e alle famiglie (**Sfrutta e migliora le risorse organizzative**).

Come allenatore, l'utilizzo del Mindset DA mi ha permesso di basare le mie azioni su principi e linee guida che puntano a far diventare me, la squadra e la società più efficaci ed efficienti. La squadra ha risposto in maniera egregia in termini di risultati, commitment e unione. **Uno Due Tre Masters!**

Vincenzo Schettini

il "prof" di fisica star dei social!



FRANCESCO RICCA
DIRETTORE RESPONSABILE / 01magazine



Ciao Vincenzo, com'è nata l'idea de "La fisica che ci piace"? È una proiezione in chiave più easy dei concetti della fisica?

Tutto è nato perché notavo che i miei studenti erano entusiasti del mio modo di insegnare, complice il fatto che io adoravo i social, cominciai a scoprirli, ho pensato di portare questo progetto direttamente online continuando semplicemente a fare lezione ma, invece di pormi davanti a una classe, mi sono posto davanti al web intero utilizzando semplicemente il mio telefonino!

Il tuo libro è arrivato da poche settimane in libreria (11 ottobre): cosa ti aspetti da questa idea originale?

Mi aspetto di arricchire ancora di più il percorso che sto portando avanti per studenti, docenti, famiglie, gente comune. Ho notato con il tempo che la fisica è qualcosa che piace davvero a tutti, ho notato come tutti stanno amando il mio modo di comunicare e quindi ho voluto pensare ad un libro come il mezzo "superlativo" per raggiungere ancora di più la gente fino alle loro emozioni, perché leggere è diverso che guardare un video e credetemi questa lettura sarà illuminante per molti: insegnerà, commuoverà, coinvolgerà!

Che feedback hai raccolto durante il tour in giro per l'Italia?

Meraviglioso! Sono stato circondato dal calore della gente che ha mostrato non solo le proprie emozioni ma è venuta a trovarmi per farmi domande, parlarmi della propria vita, raccontarmi di come loro siano cambiati attraverso questa lettura semplice della scienza. E mi sono fatto anche tanti pianti di gioia...

La possiamo definire l'esaltazione della scienza che circonda le nostre azioni, come tu stesso ci tieni a definirla?

Sì, dobbiamo farlo! Perché quando arrivi a capire che la scienza spiega le cose più semplici della vita allora ti senti appagato, riesci a raggiungere una dimensione di felicità che spesso le cose materiali non ci sanno dare.

Sei più professore oppure fisico/musicista e amante "curioso" della vita?

Sono assolutamente più professore! Amo questo mestiere e sono felice, anzi mi vengono i brividi, quando la gente mi ferma e mi dice "prof, ma è proprio lei?". Poi sono anche altro come giustamente avete detto nella domanda, ma la dimensione di prof mi appartiene in maniera particolare.

La tua missione è arrivare al cuore dei tuoi studenti, amici e appassionati?

È maturata in me la consapevolezza con il tempo che avrei potuto raggiungere davvero il cuore di tutti. Ho iniziato con il voler migliorare la qualità di studio degli studenti e soprattutto fargli capire che imparare divertendosi è una cosa importante, ma poi mi sono stupito del fatto che i miei contenuti non li guardavano solamente loro e quindi ho capito che quella missione avrebbe necessariamente allargato i suoi orizzonti.

La scienza e l'innovazione tecnologica sono due opposti che inevitabilmente si attraggono. Sei d'accordo?

Beh, mi permetterei di dire il contrario. Scienza e innovazione sono cariche dello stesso segno che necessariamente si attraggono anziché respingersi.



L'essere sempre di fretta ti fa uscire fuori di testa. Il mondo in fondo va di fretta, così come la trasformazione digitale. Che ne pensi?
 Sì, il senso di "fretta" è una dimensione del nostro tempo. Dobbiamo imparare a convivere, cercando di creare ordine nel caos. Possiamo esserne capaci se ci abituiamo a questo stile di vita smarcando i nostri obiettivi e cercando di migliorare giorno dopo giorno.

Il tuo concetto di "fisica" dove si prefigge di arrivare? Quali sono ancora i sogni nel cassetto?
 Sogno di fare la televisione, ma di fare un tipo di televisione completamente diversa da quelli che sono i contenuti attuali. Sogno una televisione che integri il linguaggio della rete, che abbia tempi più veloci e che contemporaneamente smetta di separare l'intrattenimento dalla divulgazione. Le due cose possono convivere e i protagonisti del linguaggio televisivo possono interagire in nuovi format ben disegnati da autori audaci che penseranno in maniera sfacciatamente divergente ed intelligente.

“
Sogno di fare la televisione, ma di fare un tipo di televisione completamente diversa da quelli che sono i contenuti attuali
 ”

Inizi da MyForecast, finisci in guadagno

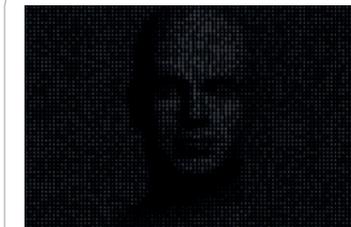
MyForecast è un software revenue management creato per hotel indipendenti e gruppi alberghieri che vogliono massimizzare il loro fatturato.



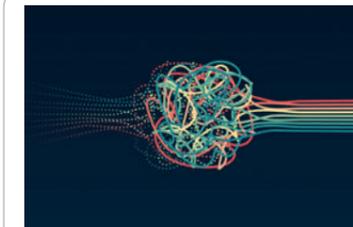
Con MyForecast puoi...



Prevedere quello che potrebbe accadere.



Gestire le tariffe in automatico.



Analizzare i tuoi dati.

Chi ha già scelto MyForecast



"Sono una Revenue Manager semplice: ho bisogno di prendere decisioni in maniera veloce, efficiente ed efficace per la mia azienda. Nella scelta di un Revenue Software abbiamo conosciuto il prodotto MyForecast durante una fiera e, alla fine, si è rivelato proprio quello che cercavamo: non uno strumento che mi suggerisce se alzare/abbassare il prezzo, ma che mi dà tutte le informazioni di vendita di cui abbiamo bisogno per prendere decisioni accurate. Arrivata per caso a questo prodotto sicuramente lo consiglieri a molti colleghi."

Francesca Debellini

Revenue Manager e Sales Analyst Ticino Hotels Group

**Inizia oggi ad aumentare il tuo fatturato.
 Richiedi subito una demo gratuita**

Blockchain e Web 3.0.

Tempo attuale e futuro molto prossimo.



WILLIAM NONNIS
FULL STACK & BLOCKCHAIN
DEVELOPER

Da che, il 31 Ottobre 2008, l'iconico ormai Satoshi Nakamoto, su una mailing list riconosciuta poi come White Paper, decretò la nascita del Bitcoin, "un sistema di contante elettronico peer-to-peer", l'informatica, così come l'avevamo conosciuta fino ad allora, si sarebbe totalmente trasformata ed evoluta.

La nuova tecnologia Blockchain, necessaria alla transazione delle cripto valute, è stata studiata ed utilizzata per molto tempo esclusivamente per questa sua straordinaria peculiarità finanziaria e, solo recentemente, si è approfondito l'enorme potenziale che essa ha, per la risoluzione di criticità in molti settori o per il miglioramento di alcuni loro aspetti.

La Blockchain, che può essere assimilata a un libro mastro digitale - su cui vengono registrate delle informazioni, basate sul consenso che avviene tra i partecipanti alla rete, tramite l'uso intensivo della crittografia - essendo distribuita e liberamente accessibile, non riconosce alcuna costruzione apicale, poiché in essa non esiste più alcuna logica di centralizzazione.

Le basi fondanti la tecnologia Blockchain rendono le transazioni iscritte nella catena assolutamente immutabili, per cui ogni dato, ivi inserito, non può essere corrotto oppure manomesso e pertanto risulta essere non modificabile né cancellabile.

Inoltre, la Blockchain è resistente agli attacchi hacker in quanto, se un'aggressione può verificarsi per un singolo nodo della catena, l'intero network è inattaccabile, sia per l'impossibilità di decifratura del dato, coperto da un sofisticato sistema crittografico, sia perché impossibile raggiungere e corrompere contemporaneamente migliaia di nodi sparsi nel mondo che costituiscono la catena.

In virtù della mancanza di un controllo centralizzato che possa in qualunque modo interferire sul dato transato, la Blockchain permissionless - quella "vera" pubblica e l'unica riconosciuta da chi scrive, come tecnologia disruptive, rispetto alla Blockchain permissioned o alle DLT - sta assumendo una fondamentale

valenza sociale.

Chiunque, può partecipare con un proprio nodo alla catena, semplicemente avendo a disposizione un device e una buona connessione, il che assegna già un valore marcatamente democratico alla Blockchain, valore ribadito poi dal fatto che, nessuna pressione dall'alto può intervenire per modificare le informazioni trascritte.

Di qui, il primo e più importante corollario è la disintermediazione, ossia l'eliminazione di terze parti, poste a garanzia della veridicità dei dati inseriti nel network, che consente un buon risparmio di spese, come quelle notarili, perché non più necessarie.

Così, un rinnovato e solido sentimento di fiducia, perduto nella comunità contemporanea per mille evidenti fattori, può, esercitando un cambio di paradigma socio/culturale, innestare rapporti nuovi sia interpersonali che professionali.

Molti, infatti, gli ambiti lavorativi che, beneficiando delle prerogative della Blockchain, hanno la possibilità di ottimizzare servizi e produzioni.

La PA (Pubblica Amministrazione), ad esempio, consegnando agli utenti l'affidabilità e la celerità delle prestazioni erogate, può restituire credibilità alla propria immagine, rimasta finora prigioniera di ingranaggi burocratici estenuanti, obsoleti e dispendiosi di tempo e pazienza.

Grazie al SSI (Self Sovereign Identity), documento digitale realizzabile con la Blockchain, ogni pratica richiesta, può essere snellita in virtù dell'identità digitale, che riconosce in modo univoco e certo ogni cittadino il quale, oltre alla facilitazione di risposta alle proprie esigenze, detiene il controllo delle informazioni in essa contenute, nel massimo rispetto della propria libertà e riservatezza. *Sicuramente inizieranno a esserci sistemi che permettono l'interoperabilità tra Blockchain ottimizzando i vari scambi di informazioni sicure tra enti/aziende, cosicché la sicurezza delle transazioni può essere assicurata anche tra catene differenti, questo permetterà alla PA, un dialogo e uno scambio rapido e efficiente di dati tra diverse istituzioni.*

E di fondamentale importanza sarà la tecnologia Blockchain nella digitalizzazione che contraddistingue il tempo attuale e quello di un futuro molto prossimo, il Web 3.0.

In tale habitat digitale, la cui sfida, grazie alla sensoristica dell'IoE (Internet of Everything) e all'Intelligenza Artificiale sempre più evoluta, è di rendere il 3D alla portata di tutti - non solo a scopo ludico nel settore sempre più in forte ascesa economica del gaming, ma anche e soprattutto per intenti sociali, come in ambito Sanitario, o in quello della Formazione - la quantità di informazioni personali, dettagliatissime, ma necessarie per dare vita agli alter ego digitali, che frequenteranno la realtà virtuale al posto degli utenti di Rete in carne e ossa, saranno finalmente di proprietà di quegli stessi utenti.

Allo stato attuale, il regno digitale è terra di nessuno, dove i GAFAM (Google, Apple, Facebook, Amazon e Microsoft), i potentissimi colossi mondiali del web, entrando in possesso dei dati di tutta la popolazione di Internet, li archiviano, li selezionano e li cedono a terzi, per questioni di mercato, senza possibilità alcuna per i miliardi di cittadini del web, di potersi sottrarre al gioco.

Con la Blockchain finalmente l'utente avrà la totale padronanza dei suoi dati, che tra l'altro con il 3D, saranno sempre più pervasivi e profilanti, come ad es. la scansione della retina. *Come da ricerca scientifica, se nel 2027 si stima che ogni utente di Rete impiegherà almeno tre ore della sua giornata, nella nuova realtà immersiva dei Metaversi, la criticità della privacy e proprietà dei dati diviene un'emergenza non più procrastinabile, a cui la Blockchain è capace di offrire una soluzione radicale.*

Le possibilità del Metaverso a livello sociale sono incredibili, motivo per cui si può e si deve insistere su questa nuova via tecnologica, badando bene a restare nei confini di una tecnologia sempre etica e antropocentrica, che abbia come unica ragione di essere il benessere integrale dell'uomo e del suo buon futuro.

Tecno-fobia e fascinazione 4.0

Convivenza possibile?



IRIS MATTERA
PSICOTERAPEUTA E PSICODRAMMATISTA

Il rapporto dell'uomo contemporaneo con la tecnica è una preoccupazione che da tantissimo tempo gli artisti, gli esperti dell'antropologia e della salute mentale affrontano parallelamente. *“Come vivremo insieme?”*

“Il latte dei sogni”, l'insieme di opere attualmente esposte alla Biennale di Venezia 2022, ci offre imperdibili spunti di riflessione sulle contraddizioni che stiamo vivendo negli ultimi anni. La forbice si apre tra le promesse della scienza e della tecnologia, la fiducia nei benefici dati dal progresso, da un lato; la paura di un'intelligenza artificiale che prenda totalmente il controllo dall'altro. Una polarità che realizziamo essersi acuita da quando la mediazione degli schermi è diventata indispensabile nelle relazioni umane, mostrandoci di fronte alla forza invisibile dei virus, quanto i nostri corpi siano fragili.

La tecnologia ha permesso e favorito un incremento qualitativo della vita umana ed è ormai alla base del progresso della nostra conoscenza e dell'avanzamento della nostra civiltà; tuttavia, a partire dal secolo scorso, è divenuto sempre più evidente il rischio di un mutamento nel ruolo della tecnica, quale meccanismo autonomo che può sfuggire al controllo dell'uomo e non più uno strumento nelle sue mani.

E se fosse questo scarto così profondo a cui assistiamo, questo mix tra naturale e meccanico, questa fantasticheria post-umana, ad aver risvegliato nella nostra società delle paure così profonde ed arcaiche?

Il sentimento di diffidenza, misto a nostalgia per i bei tempi passati, risulta umanamente condivisibile da molti, ma quando lo scetticismo nei confronti della tecnologia raggiunge livelli significativi, il gap intergenerazionale a cui assistiamo non fa altro che incrementare.

Ecco che la resistenza alla digital transformation impatta in maniera rilevante sull'inclusione sociale dell'individuo, influenzando sul grado di soddisfazione lavorativa percepita e sullo stress lavoro correlato.

Cos'è la tecnofobia?

La parola tecnofobia deriva da due termini greci (*technē*, cioè arte/tecnica, e *phobos*, cioè paura), letteralmente *“paura per le tecnologie”*. Ad usare questo termine per la prima volta negli anni '70 fu Larry Rosen, psicologo californiano, definendola come: “uno stato d'ansia attuale o relativo a futuri usi del computer o tecnologie ad esse correlate, attitudini globali negative nei confronti del mezzo e delle operazioni che permette e dell'impatto sociale delle stesse, dialogo interno

critico e negativo durante l'utilizzo o al solo pensiero di usarlo” (Larry & Maguire, 1990). Non stiamo parlando di percentuali trascurabili: recenti studi epidemiologici dimostrano come circa un terzo della popolazione nei Paesi industrializzati soffra di ansia da computer, mentre le percentuali si aggirano intorno al 5% per i tecnofobici veri e propri. Le donne sembrerebbero soffrirne maggiormente, sebbene questo sbilanciamento di genere stia svanendo nelle ricerche più recenti.

Recentemente il DSM-5 include la Tecnofobia menzionandola tra le fobie specifiche, sottoinsieme della categoria dei disturbi d'ansia. Oltre ad incidere notevolmente sul benessere individuale, questo disturbo ha un impatto rilevante sull'inclusione sociale dell'individuo, nonché sullo stress lavoro correlato e sul grado di soddisfazione lavorativa percepita.

Quali sono i sintomi?

Sentimenti di paura e in casi estremi di terrore, angoscia, ansia, palpitazioni, sudorazione, difficoltà di respirazione, irrequietezza. Con precisione, nel 1993 Rosen individua 3 tipologie di tecnofobici ordinati per gravità:

- “Tecnofobici scomodi”, coloro che non si trovano a loro agio con le tecnologie;
- “Tecnofobici cognitivi”, coloro che pensano di avere scarse capacità e ciò incide poi sulle loro prestazioni e sulle loro attitudini;
- “Tecnofobici ansiosi”, coloro che sperimentano uno stato ansioso legato al solo pensiero di usare il computer o tecnologie affini.

Come prendersene cura?

Esistono corsi specifici che possono aiutare l'individuo ad imparare e gestire le nuove tecnologie ad oggi risultano così utili: sessioni di utilizzo delle tecnologie supportate da tutors, oppure programmi di azzerramento informatico.

Nel caso di una sintomatologia persistente il supporto psicologico può essere un aiuto necessario.

La psicoterapia risulta essere molto efficace in particolar modo quando il trattamento include l'apprendimento di abilità di coping, un lavoro sul senso di autoefficacia, l'utilizzo di strumenti di consapevolezza come la mindfulness o tecniche di rilassamento volte ad agevolare la gestione dell'ansia.

“ Sentire di essere tecnofobico non vuol dire essere malato o meno capace, non è qualcosa di cui vergognarsi. Tutti facciamo uno sforzo per stare al passo con la tecnologia, cambia solo il grado di fatica percepito nel tenersi aggiornati ”

Stefano Versace, ambasciatore di eccellenze italiane per gli Usa.

interview



FRANCESCO RUSSO
CEO / BlitheDigital



Stefano Versace, raccontaci chi sei in poche righe...

Sono un appassionato di prodotti italiani che crede che abbiamo avuto una fortuna sfacciata nel nascere italiani perché, pur non avendolo scelto, siamo nati nel posto migliore del mondo, la culla della cultura mondiale, ragion per cui sono convinto che abbiamo l'obbligo morale di restituire parte di questa fortuna. Per raggiungere questo obiettivo dobbiamo prima di tutto riconoscere che non siamo perfetti e, secondariamente, andare all'estero per capire come funziona il resto del mondo con lo scopo di diffondere i prodotti italiani. Si può poi decidere di ritornare in Italia per consegnare ciò che si è imparato all'estero ed eventualmente restarci definitivamente per continuare a trasmetterlo.

Il tuo sogno da imprenditore era aprire la più grande catena di gelaterie negli Usa. A quanto pare il sogno si è avverato...

Il sogno si sta realizzando, nel senso che siamo già una catena importante di gelaterie che continua a perfezionarsi nonostante tante difficoltà quali la poca conoscenza del mercato locale, la concorrenza e persino eventi straordinari quali uragani e Covid. Siamo leader di settore a Miami e nel south Florida e ci stiamo trasformando in un franchising strutturato, prendendo a bordo consulenti che vengono da grandi catene come MC Donald e altre grandi nazionali. Il nostro obiettivo è quello di poter offrire a tutti la possibilità di aprire una nostra gelateria in franchising, specialmente a coloro che vogliono trasferirsi qui, permettendogli così di vivere il sogno americano.

Perché proprio il gelato?

È molto semplice: perché nel mondo siamo famosi tra le tante cose soprattutto per il food, è perché gelato è l'unica parola che non è stata violentata dall'estero con imitazioni sbagliate, quali "parmisan" per il parmigiano, o le parole "pasta" "mozzarella" e "pizza" che, non avendo una traduzione, vengono regolarmente utilizzate per denominare prodotti che non hanno nulla a che vedere con l'originale. La parola gelato ha la fortuna di avere una traduzione, ovvero Ice Cream, per cui la parola Gelato è utilizzata all'estero

quasi esclusivamente solo per definire un prodotto preparato da italiani. Inoltre, il gelato piace a tutti, indistintamente da fascia di età o etnia.

Sei un esperto di finanza applicata all'economia reale. Come coniughi la tua conoscenza all'ambito imprenditoriale?

Basta circondarsi di persone più brave di sé - ovvero più brave di noi nei settori non inerenti alla programmazione finanziaria - per cui io nella mia squadra ho persone specializzate nella realizzazione del gelato, nell'attività commerciale, nella creazione del layout dei negozi, nella gestione e istruzione del personale, nel controllo contabile, lasciando per me la parte di progettazione, programmazione e controllo. Un vero imprenditore è una persona che riesce a diventare inutile per l'azienda. La mia azienda va avanti senza di me, perché l'ho strutturata sui numeri. Strutturare un'azienda su numeri che sono controllabili, verificabili e inconfutabili, significa sapere esattamente in ogni momento se l'azienda sta funzionando o no.

Qual è il segreto del tuo business?

Non esiste un segreto: è il risultato di una serie di ingredienti di alta qualità come persone selezionate per competenza, un'ottima visione e programmazione, una grande passione per quello che si fa, un ambiente di lavoro piacevole e confortevole, una mission ben definita e chiara, nel nostro caso quella di far conoscere la differenza tra Gelato e Ice Cream.

Qual è il tuo talento?

Sicuramente il mio talento più grande è quello di saper fare connessioni tra le persone, quindi saper tenere relazioni con la gente, saperle far sentire a suo agio e creare relazioni. Mi capita spesso di riuscire a far nascere business tra persone che si conoscono ma non hanno mai pensato di fare business insieme perché non sanno fare incontrare l'uno il talento dell'altro. Le relazioni personali sono sicuramente la base di tutti gli altri talenti che posso avere.

Come e perché ti ha aiutato la trasformazione digitale nelle tue attività?

La trasformazione digitale aiuta chiunque, anche

interview

“

Nel mio lavoro la tecnologia mi aiuta soprattutto nel controllo dei numeri...

”

se non lo vogliamo ammettere, a partire dalla vita personale, dove un padre come me può concedere una maggiore libertà ai propri figli grazie al fatto che può conoscere sempre ed esattamente dove si trovano, dove una famiglia può tranquillamente prendere Uber perché sa in anticipo chi li sta venendo a prendere, che strada sta facendo e se è un buon guidatore. Per non parlare della possibilità di scegliere la televisione che più ci piace o farsi portare la spesa a casa ordinata comodamente tramite internet.

Nel mio lavoro la tecnologia mi aiuta soprattutto nel controllo dei numeri, permettendomi tramite un gestionale personalizzato di conoscere dati fondamentali per un'azienda, quali le percentuali di vendite per fasce di orario, quali sono i prodotti più venduti e quali i più commercializzabili.

Oggi abbiamo strumenti straordinari, anche se spesso siamo un po' ottusi in merito. Basti pensare alla differenza di opinioni che c'è in Italia relativamente alle carte di credito, dove la definizione di strumento di controllo da una parte dovrebbe tenere conto dei vantaggi dati dall'altra, quali l'impossibilità di ricevere banconote false, la riduzione degli scippi, la certezza e la sicurezza dei pagamenti e degli incassi, la comodità di poter uscire con un pezzo di plastica in tasca solo con proprio smartphone, avendo a portata di mano sia il portafoglio che tutta una serie di servizi accessori mirati a tutelaci da eventuali frodi.

Nella vita succede spesso di subire torti soprattutto nel lavoro: si può dimenticare e perdonare?

Chi dice di dimenticare, mente, e non è vero che occorre perdonare per sentirsi liberi. In realtà quello che si dovrebbe fare è semplicemente comprendere che ci sono fatture che non si possono portare all'incasso e conti del passato che non si possono regolare.

Occorre mettere tutto quanto nello zaino che si ha sulle spalle e che costituisce tutta la propria esperienza e andare avanti, senza cercare di regolare i conti con persone che comunque hanno le loro vite e le loro famiglie, che non devono essere coinvolte in una guerra che non è la loro. Il tempo va utilizzato per costruire il futuro e non per rinvangare il passato.

Quanto è importante "fallire" per un imprenditore?

Questo è qualcosa di fondamentale. Fallire nel senso di sbagliare, anche chiudere un'impresa è qualcosa con cui gli italiani devono imparare a far pace, fallire fa parte del fare impresa. Io ho fallito tantissime volte, chiuso negozi, fatto business che non hanno funzionato, eppure continuo a farlo. Chiunque quando comincia a camminare cade, sbatte la faccia, si sbuccia le ginocchia ma non per questo decide smettere anzi, quando impara a camminare inizia anche a correre.

La vergogna che in Italia può portare addirittura ad un suicidio quando si fallisce, non è dovuta al fallimento, ma al pessimo rapporto che si ha con lo stesso.

In America uno dei più grandi falliti americani, ben undici alle spalle, è diventato Presidente degli Stati Uniti.

Il Fallimento è addirittura considerato uno strumento finanziario che aiuta le imprese in difficoltà, tramite il ricorso al chapter 11, volto correggere parti strutturali del proprio business. Fallire fa parte del successo.

Sempre in America si dice "fail fast", "fallisci velocemente", ovvero prima fallisci, prima arrivi al successo, perché il trofeo è proprio dietro l'angolo dove tu hai commesso il tuo ultimo errore.

Quali sono i consigli che dai ai giovani imprenditori?

Il consiglio più importante che do ad un giovane imprenditore italiano è quello di andare all'estero, di partire immediatamente per imparare, considerando che basta pensare che nonostante abbiamo la pizza, il gelato, e gran parte del cibo migliore del mondo, sono i ristoranti che operano in America a guadagnare i soldi con questi prodotti. Questo vuol dire che in Italia c'è ancora qualcosa che non abbiamo capito nel fare impresa. Il successo dipende solo per il 5% dal prodotto, il resto è la conseguenza dell'applicazione di tecniche che in Italia non abbiamo ancora imparato.

La buona notizia è che noi italiani possiamo raggiungere quel 95% di conoscenza, ma l'estero non potrà mai raggiungere la qualità del nostro prodotto, frutto di anni di storia, per cui noi saremo sempre irraggiungibili e imbattibili.



interview



Biografia non autorizzata di WeChat

Che cosa è, come si usa e perché la maggior parte delle persone non ci ha capito probabilmente niente.



AMBRA SCHILLIRÒ
GIORNALISTA E CEO / Social Cloud

I social network si sono evoluti negli ultimi anni in importantissimi strumenti di promozione delle aziende nel mondo, Cina compresa.

Tuttavia, non è facile districarsi nel mondo dei social media cinesi. Molti pensano che l'esperienza di marketing digitale accumulata nei Paesi occidentali possa aiutarli nel navigare il mondo online cinese. Niente di più lontano dalla realtà. Ci sono molte variabili che le aziende occidentali tendono a ignorare. Per cominciare una campagna di successo è importante partire da una semplice verità: la Cina è tanto diversa quanto lontana. La cultura e la lingua cinese sono uniche, la burocrazia è complessa e la presenza del governo in ogni aspetto della vita e degli affari è molto forte. È possibile, tuttavia, avere successo in Cina e la chiave è la localizzazione. La Cina desidera ardentemente prodotti di buona qualità, proprio come tutti gli altri Paesi del mondo. È solo che i messaggi e i mezzi a cui i consumatori locali rispondono sono diversi.

I problemi di base

Il primo problema che le aziende incontrano è la comunicazione. Molte società credono che assumere un traduttore o una società non presente in Cina possa essere la soluzione ideale. Non è così. Ci sono differenze culturali e di linguaggio che rendono una mera traduzione spesso noiosa agli occhi dei consumatori locali.

Il secondo di questi problemi è l'impossibilità di accesso a canali adatti. Senza poter avere accesso a certi social media in modo adeguato o anche essere indicizzati su motore di ricerca Baidu qualsiasi messaggio passerà inosservato. Esempio pratico: le limitazioni di tanti social media cinesi agli account aperti con licenza straniera.

L'ultimo problema è la mancanza di comprensione del comportamento dei consumatori. Molte aziende cercano di insegnare ai consumatori cinesi le pratiche occidentali e mostrare loro cosa dovrebbero apprezzare. L'obiettivo di un'azienda che vuole avere successo con il proprio prodotto in Cina dovrebbe essere quello di comprendere a fondo la cultura locale e le

abitudini in modo che il proprio brand possa adattarsi alle preferenze dei consumatori.

Oggi esploriamo un'APP che può essere utilizzata per qualsiasi cosa un utente o un'azienda voglia fare online: WeChat. Dimenticatevi la parola social media, WeChat è un vero e proprio ecosistema di prodotti. Di questa "Super APP", fanno parte gli account ufficiali, i canali video, i mini-program, i negozi, WeCom, il motore di ricerca, il servizio di messaggistica, i moments, e il pagamento online. Ciascuno svolge un ruolo diverso nell'ecosistema e può essere utilizzato da solo o in combinazione con le altre funzioni.

All'interno del social media sono anche integrati la maggior parte delle APP più popolari in Cina, non appartenenti a Tencent.



Gli account personali e gli account ufficiali

Faremo solo una "toccata e fuga" su questi due prodotti che sono quelli più conosciuti in occidente e dei quali è facile reperire informazioni online.

Un account personale funziona in modo simile a un account di WhatsApp. Con l'account di WeChat è però possibile anche

condividere le proprie foto e video sui moments (il feed che è aperto solo ai contatti dell'utente), effettuare e ricevere pagamenti. L'account ufficiale (OA) è invece un profilo pubblico che funge da hub completo per l'azienda. Consente alle aziende di pubblicare contenuti, attirare follower e vendere i propri prodotti e servizi. Esistono diversi tipi di OA con funzioni differenti, tuttavia con la licenza straniera è possibile aprire solo un tipo di account ufficiale di WeChat.

Canali video e live streaming

Il canale che permette la condivisione video è l'unico, tra i prodotti di WeChat, ad essere una piattaforma completamente aperta. Ciò significa che i video non sono visti solo dai propri contatti o dai follower dell'account ufficiale, ma possono raggiungere tutti gli utenti di WeChat. All'interno dei canali video è possibile aggiungere link a prodotti presenti all'interno del negozio di WeChat, e fare televendite in live streaming. Secondo Data100 il mercato cinese del live è destinato a superare i 15,7 miliardi di euro entro il

2023. Nonostante questo dato, tuttavia, le sfide rimangono. Per cominciare, le aziende devono fare affidamento su livestreamer già influenti (e costosi) per attirare pubblico e aumentare le vendite. Inoltre è anche importante trovare la persona che sia considerata dal consumatore una fonte credibile di informazioni.

MiniProgram

I mini program sono il tentativo di WeChat di risolvere un paradosso apparentemente insolubile: le persone trascorrono molto tempo nelle app, ma ne utilizzano pochissime. Convincere le persone a scaricare nuove app è difficile e persuaderli nel continuare a usarle è quasi impossibile. Ed ecco quindi arrivare i miniprogram: delle mini app che risiedono all'interno di WeChat, sono accessibili da chiunque e in qualsiasi momento, non devono essere scaricate e, quindi, non occupano spazio di archiviazione. Il mini-program riunisce anche funzioni come chiamate, chat, ricerca, acquisto di biglietti, pagamenti, ecc. ed è un punto di contatto essenziale tra le aziende e i consumatori.

I negozi

Anche i negozi di WeChat, come le altre funzionalità dell'APP, sono nati per semplificare la vita all'utente e farlo rimanere all'interno dell'ecosistema di WeChat.

Gli utenti, infatti, non sono tenuti a visitare un sito esterno alla piattaforma e l'intero percorso di acquisto è contenuto all'interno di WeChat.

Il servizio di pagamento

Grazie alla possibilità di utilizzo di questo servizio le aziende possono non solo ricevere pagamenti ma anche avere la possibilità di inviare Hong Bao (un regalo in denaro normalmente inviato all'interno di buste rosse) a potenziali clienti. Sono tanti i brand che utilizzano spesso l'invio di buste rosse come mezzo per attirare nuovi clienti e followers. In una passata campagna, ad esempio, per ottenere una busta rossa di Hermès, gli utenti avrebbero dovuto completare un gioco all'interno del Mini Program dell'azienda.

Motore di ricerca

La ricerca su WeChat consente agli utenti di cercare contenuti accessibili all'interno dell'App. Il contenuto visualizzato nella pagina dei risultati del motore di ricerca proviene da: contatti di WeChat, canali video, miniprogram e fonti terze come account ufficiali. Considerato che i siti internet non registrati in Cina vengono

difficilmente indicizzati da Baidu, il motore di ricerca di WeChat è una valida alternativa per un brand che non vuole acquistare un hosting in Cina e richiedere le licenze per essere indicizzato.

WeCom e l'importanza del private traffic

WeCom è l'evoluzione di WeChat per il mondo del business, ed è nata per aiutare le compagnie a facilitare le conversazioni online interne, aggiungere clienti, avere i documenti aziendali a disposizione e connettersi con il resto dell'ecosistema WeChat.

In passato, gli addetti alle vendite delle aziende aggiungevano i clienti ai loro account WeChat personale, il che causava un problema quando lasciavano il lavoro, perché spesso si arrivava alla perdita dei dati del cliente da parte dell'azienda. Con WeCom l'account del dipendente insieme con tutti i dati e i contatti, viene restituito automaticamente all'azienda dopo la cessazione del rapporto di lavoro.

Negli ultimi anni, inoltre, una delle funzioni principali di WeCom, è la capacità di gestione del "traffico privato". Il termine si riferisce alla capacità di raggiungere i clienti e incentivare le vendite tramite canali chiusi. L'esempio più comune è la creazione di un gruppo WeChat per i clienti VIP o le persone interessate ad una particolare azienda. In tali gruppi, i dipendenti della società, tramite l'account WeCom, possono interagire con le persone e inviare aggiornamenti su promozioni speciali, regali, sorteggi e persino giochi virtuali.

In conclusione, sono diversi i fattori alla base della continua importanza di WeChat nella promozione delle aziende rispetto ad altre piattaforme social. WeChat consente sia ai contenuti generati dal brand che a quelli generati dagli utenti di diffondersi facilmente, oltre alla possibilità di informare gli utenti 1o1. Tutte queste caratteristiche hanno l'effetto di rendere WeChat non solo un social media importantissimo in Cina ma anche un circuito di e-commerce autosufficiente che supporta ogni aspetto dell'acquisto.



“... le persone trascorrono molto tempo sulle app, ma ne utilizzano pochissime”

“Sono tanti i brand che utilizzano spesso l'invio di buste rosse come mezzo per attirare nuovi clienti e followers”



FORZA INTERVENTO RAPIDO

PERSONE CHE AIUTANO PERSONE



Coordinamento Associazioni Forza Intervento Rapido

📍 Viale Castagnola, 2 - 95121 Catania (CT)

☎ + 39 392 081 0278

🌐 www.forzainterventorapido.it

✉ info@forzainterventorapido.it



Doorkeeper

Il software per le imprese di pulizia.

Doorkeeper è un software per imprese di pulizia che ti permette di gestire le timbrature e il calendario delle attività dei tuoi dipendenti presso i vari luoghi di lavoro. Grazie ad una semplice app.

Grazie all'applicazione di rilevazione presenze, eBadge, Doorkeeper permette ai tuoi dipendenti di effettuare le timbrature di inizio e fine turno direttamente dallo smartphone, anche se si trovano fuori sede, presso condomini, alberghi, uffici o centri commerciali.

Doorkeeper è un software in cloud dal quale potrai programmare facilmente i turni e gestire le presenze dei tuoi collaboratori, ovunque e da qualsiasi dispositivo. Inoltre, a breve, sarà disponibile anche il modulo Pianificazione delle attività grazie al quale potrai gestire il calendario delle attività presso i vari cantieri assegnandole ai tuoi dipendenti.

In poche parole, Doorkeeper ti permette di ridurre notevolmente i tempi di gestione delle presenze e assegnazione delle attività e di snellire la comunicazione coi tuoi collaboratori.

Il modulo Pianificazione delle attività include le seguenti funzionalità:

- Creazione del programma delle attività, singole o ricorrenti, previste in un determinato periodo presso i vari luoghi di lavoro (cantieri) con possibilità di assegnarle ad uno o più dipendenti.
- Sia il responsabile che ogni dipendente potranno consultare la pianificazione delle attività sia dalla vista calendario che da una griglia riepilogativa, filtrabile per cantiere, periodo, dipendente.
- Ognuno di loro, inoltre, può visionare l'elenco delle attività da svolgere durante la giornata, nel momento in cui effettua la timbratura d'ingresso, direttamente dall'App.
- Possibilità di creare dei questionari assegnabili a ciascuna attività. Questi saranno posti al dipendente in fase di timbratura d'uscita dal cantiere, solo per le attività completate. Il responsabile avrà il resoconto delle attività svolte, senza bisogno di contattare ognuno.

Quali sono le principali caratteristiche che deve avere un software di gestione del personale per le imprese di pulizia?

Anagrafica dei luoghi di lavoro su mappa
Attraverso l'anagrafica dei luoghi di lavoro potrai censire e visualizzare su mappa tutti i tuoi cantieri, sapendo sempre esattamente presso quale luogo prestano servizio i collaboratori di turno.
L'applicazione nello smartphone utilizza il sistema GPS integrato per associare la

timbratura del dipendente al cantiere in cui svolge il turno, restituendo con precisione, giorno e ora di ingresso ed uscita.
In qualsiasi momento dal portale web potrai consultare lo storico delle attività svolte in un determinato periodo, filtrando per dipendente e cantiere.

Rilevazione presenze tramite App

Il dipendente, con un semplice click, potrà "timbrare" l'inizio e la fine del proprio turno di lavoro. L'app eBadge è davvero intuitiva e iniziarla ad utilizzare sarà un gioco da ragazzi anche per il dipendente meno esperto di tecnologia. Finalmente hai a disposizione uno strumento per rilevare le presenze dei tuoi dipendenti che lavorano dislocati nel territorio, cosa non possibile coi classici sistemi di timbratura tramite badge fisico.

Turni di lavoro

Con Doorkeeper potrai creare molteplici pianificazioni di turni settimanali da attribuire a ciascun dipendente, e che saranno validi in automatico a partire da una certa data impostata.

Attraverso questa utility, ti assicurerai sempre un controllo scrupoloso dei turni di tutti i tuoi addetti ai lavori, ma senza troppo stress.

Richiesta ferie e permessi

Risparmia tempo eliminando inutili riunioni per la richiesta di ferie e permessi o uno scambio selvaggio di e-mail, chiamate o messaggi con ognuno. I tuoi dipendenti potranno mandare le richieste dall'app e tu potrai riceverle ed approvarle da un'unica interfaccia, ovunque tu sia. Il software sarà in grado di rimodulare la pianificazione da te schedulata in caso di imprevisto e richiesta ferie o assenza del tuo collaboratore.

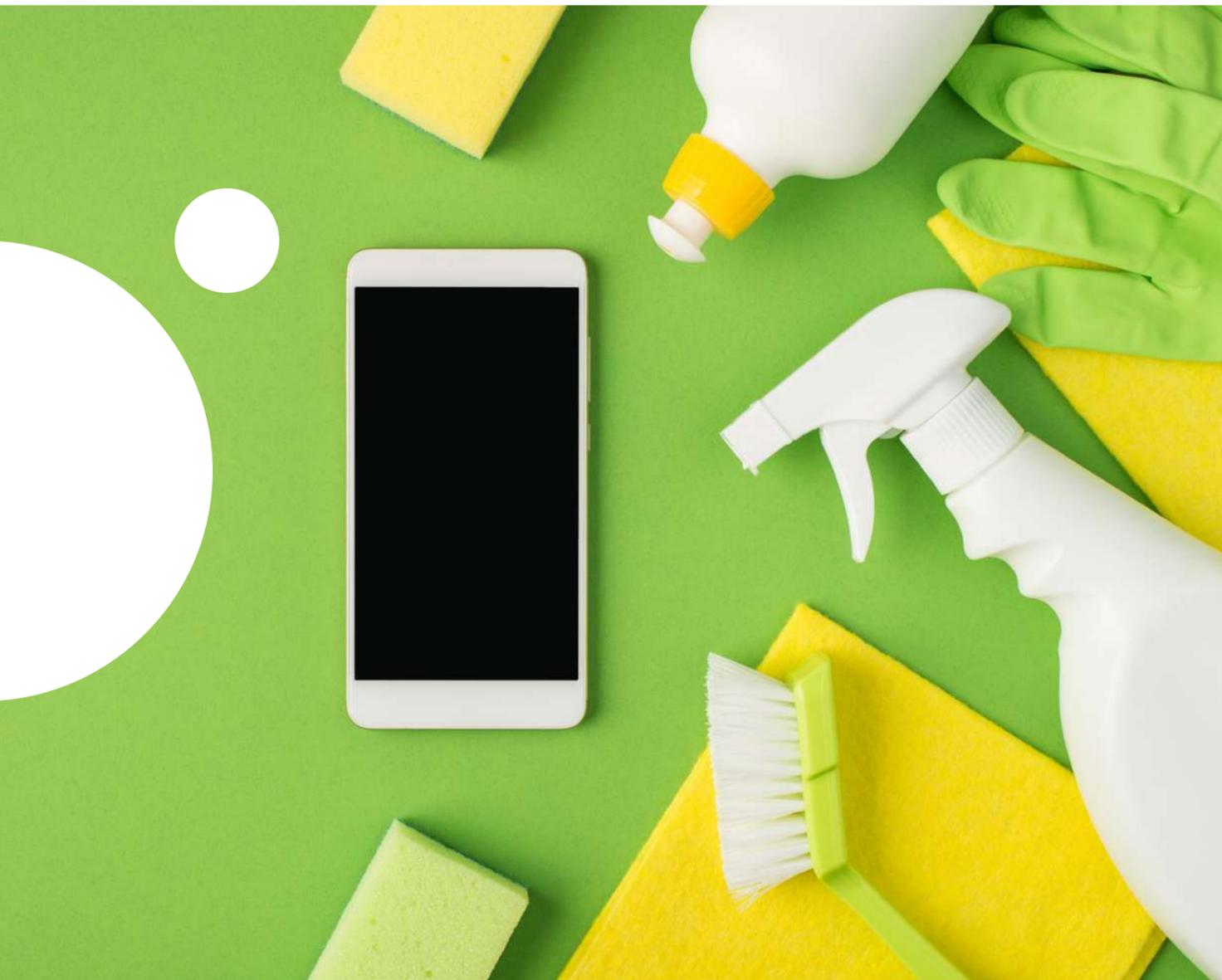
Con la gestione di ferie e permessi avrai sempre a disposizione il monte ore esatto, pronto per essere inoltrato all'ufficio amministrazione o al tuo consulente del lavoro.

Esportazione cartellini e rendicontazione ore per cliente

In maniera automatizzata, avrai un report dettagliato per rendicontare le ore dei clienti. Risparmi carta senza alcuna necessità di stampare inutili fogli e calcolare il monte ore dagli statini di ciascun collaboratore, spesso incompleti e mandati in ritardo. Sbarazzati di email, messaggi e gestisci le sinergie collaborative tra il tuo staff e il consulente del lavoro.

I benefici che Doorkeeper porta alla tua azienda

Doorkeeper è un software per la rilevazione



delle presenze sviluppato per le imprese di pulizia che hanno come peculiarità lo svolgimento del lavoro dei propri collaboratori presso le strutture dei clienti.

Si tratta di un sistema verticalizzato, utile per venire incontro alle esigenze dinamiche di imprese e ditte di pulizia che hanno la necessità di migliorare la gestione del proprio personale e delle attività e snellire tutte le fastidiose pratiche che si creano mensilmente in azienda.

Doorkeeper porta quindi con sé innumerevoli vantaggi come ad esempio:

- Riuscire a sapere con precisione quante ore di lavoro impiegano i tuoi collaboratori

- Presso quale cantiere lavorano giornalmente, attraverso una pianificazione anticipata delle attività
- Risolve l'impossibilità di rilevare le presenze dei collaboratori fuori sede, perché non servono badge fisici, né costosi ed obsoleti sistemi di rilevazione presenze
- Snellisce il percorso comunicativo di rendicontazione ore con un click
- Gestisce le ferie e i permessi del personale coordinando tutto da remoto

Questi sono solo alcuni dei benefici che Doorkeeper adotta per la tua impresa di pulizia.

Scopri di più: www.doorkeeper.it



DOORKEEPER
SMART PASS



È ora di dire addio al **vecchio badge!**
Con Doorkeeper la tua azienda diventa smart.

Doorkeeper è il sistema completo per il **controllo degli accessi**, la **rilevazione delle presenze** e le **comunicazioni con dipendenti e ospiti** della tua azienda.



doorkeeper.it



La Digitalizzazione nelle aziende che vendono Servizi

Come creare degli asset digitali di valore e duraturi nel tempo.



ANGELO PASTORELLI
CEO / Romi

Per molte imprese il valore aziendale si misura attraverso quelli che vengono definiti asset materiali. Parliamo di beni tangibili come terreni, capannoni, impianti e macchinari, che rappresentano anche la capacità di generare redditi futuri.

Ma accanto a queste risorse - negli ultimi anni - rivestono un'importanza sempre più grande gli **ASSET IMMATERIALI** e cioè risorse intangibili come il brand, i dati raccolti, le certificazioni, i brevetti e quant'altro.

Pensa che nelle maggiori società statunitensi quotate in borsa (come Amazon, Tesla e Apple), gli asset digitali e intangibili rappresentano tra il 75% e il 90% del valore aziendale. La tendenza si riscontra con proporzioni simili anche nelle aziende più piccole e nei mercati di tutto il mondo.

Questo assunto è valido per le aziende che vendono prodotti, ma a maggior ragione nelle aziende che vendono servizi, dove spesso non c'è una produzione di beni e a fare la differenza è la valorizzazione degli Asset Digitali.

Lo strumento principe per valorizzare gli asset digitali e immateriali è il Marketing dei Servizi, un ramo specialistico del marketing che prende in considerazione tutte le strategie rivolte alla promozione e alla vendita di servizi.

Questa disciplina nasce negli anni '70 in America con le teorie del prof. E. Jerome McCarthy, si struttura negli anni '80 con Bernard H. Booms e Mary J. Bitner ed è una materia quasi sconosciuta in Italia.

Una strategia costruita seguendo i principi del Marketing dei Servizi, permette di creare asset digitali (intangibili) che sono fondamentali per aumentare il valore dell'azienda e la sua credibilità nel mercato.

Gli asset digitali fondamentali per un'azienda di servizi

Prendiamo come riferimento il cuore pulsante dell'azienda, uno degli asset più importanti da costruire: il **BRAND**. Il brand è l'insieme degli elementi distintivi: nome, slogan, logo, comunicazione, storia e reputazione, è la prima cosa che vedono e ricordano i clienti. Ogni singolo brand deve trasmettere i propri valori emozionali e rispettare una serie di parametri oggettivi quali ad esempio la scalabilità, l'armonia, la durabilità nel tempo e l'unicità.

Avere un brand coerente e riconosciuto significa aumentare il valore commerciale dell'azienda e dei servizi venduti.

Un asset molto importante è il **SITO WEB** e cioè la voce digitale dell'azienda: un insieme di informazioni testuali e visuali che devono essere perfettamente allineate con il brand. Il sito deve essere facilmente navigabile e sviluppato in modo che il cliente riesca a comprendere l'azienda e i servizi offerti in pochi click.

Avere un sito web performante e che riceve traffico da pubblico in target, significa avere la possibilità di monetizzare ogni singola visita.

Altre due risorse fondamentali sono il CRM e il database dei contatti.



Il CRM ha un valore inestimabile e rappresenta lo strumento per gestire e monitorare tutte le relazioni con i clienti, presenti e futuri.

Ma il CRM è più di un software! Infatti implica la capacità di governare e gestire tutte le informazioni raccolte sui clienti o potenziali tali.

Per un'azienda di servizi avere dati puliti e con indicazioni precise su ogni cliente - o potenziale tale - permette di conoscerne le informazioni demografiche, i bisogni e persino le abitudini di acquisto.

Raccogliere i dati correttamente permette di costruire un **DATABASE DEI CONTATTI** segmentato, profilato e che sarà una risorsa fondamentale per il reparto marketing ed il commerciale.

Senza pensare che i dati rappresentano un asset monetizzabile (ad oggi il mercato dei dati in UE supera come valore i 100 mld € l'anno.)

Un altro bene intangibile che contribuisce ad

aumentare il valore dell'azienda sono i cosiddetti **ASSET DOCUMENTALI** e cioè l'insieme di tutti gli elementi (cartacei e digitali), utilizzabili dall'impresa per aumentare la fiducia del potenziale cliente.

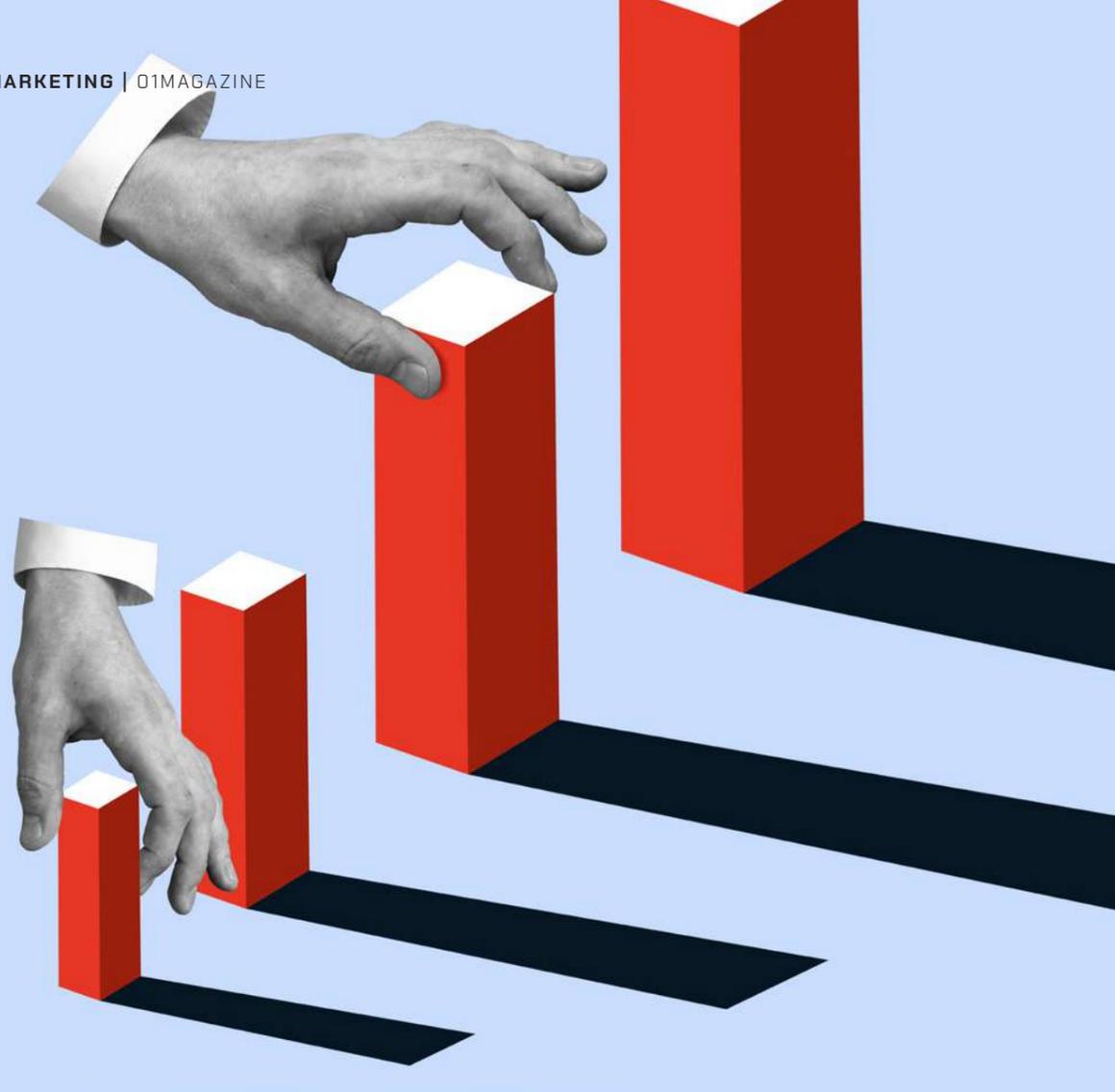
Un esempio di asset documentale è il **Company Profile** che presenta gli elementi più importanti dell'azienda: Chi Siamo, i Servizi, Come Operiamo, le Partnership, le Certificazioni.

È un documento molto importante perché spiega in maniera schematica, ma con estrema precisione, l'essenza e il core business di un'azienda. Negli asset documentali rientrano procedure di vendita, registri e documenti di vario genere che possono acquisire valore commerciale nel tempo.

Ma c'è di più...

Chi vende un servizio sta vendendo una promessa di risultato. Per questo è fondamentale instaurare con il potenziale cliente quel rapporto di fiducia indispensabile alla vendita.

“
Lo strumento principe per valorizzare gli asset digitali e immateriali è il Marketing dei Servizi...
”



Ecco perché è fondamentale costruire altri asset chiamati **ELEMENTI DI TRUST** e che vanno a consolidare la fiducia di chi sta valutando il servizio.

Elementi di Trust sono il Libro, le Pubblicazioni su riviste di settore e le apparizioni sui media (rafforzano il posizionamento e creano autorità).

I Casi Studio, dove si mostrano i risultati raggiunti dai clienti e il Manuale delle Testimonianze, che raccoglie le voci soddisfatte dei clienti.

Altri elementi di Trust sono la **Garanzia** (ad esempio il classico soddisfatto o rimborsato), i **Brevetti** che implicano l'innovatività dell'azienda, le **Certificazioni** che attestano la qualità del lavoro svolto.

Premi e riconoscimenti ottenuti, Partnership con aziende prestigiose, l'Assicurazione stipulata per salvaguardare gli interessi dei clienti in caso di problemi... e molto molto altro.

L'obiettivo degli elementi di Trust è aumentare la fiducia dei clienti e rendere il processo di vendita più veloce e semplice.

Il valore di una società di servizi è direttamente proporzionale al numero e al valore di asset che è riuscita (e continua) a costruire nel corso del tempo.

Infatti un'azienda di servizi ha una strategia di Marketing efficace e ben costruita se può vantare un Brand ben progettato, un CRM per gestire correttamente tutte le opportunità di vendita e asset digitali che creano autorità e aumentano la fiducia del potenziale cliente.

Altri elementi di Trust sono la Garanzia, i Brevetti, le Certificazioni...

LE TUE ISPEZIONI A PORTATA DI CLOUD.



Il software in cloud per documentare ispezioni e manutenzioni con foto e video, in grado di produrre report standard archiviati e condivisi col cliente.



Powered by **orangeDEV**



blithedigital.com