



*SOCIAL BUSINESS: UN'IMPORTANTE
OPPORTUNITÀ PER LA DIREZIONE ICT*



STEFANO MAINETTI
FONDAZIONE POLITECNICO DI MILANO
STEFANO.MAINETTI@POLIMI.IT
@STEFANOMAINETTI

Da dove è nato tutto ?



La rete si trasforma



L'arrivo di una nuova generazione



Digital native

**Naturalmente
sociale**

**Amanti della
sfida**

**Orientati al
presente**

**Irrispettosi delle
gerarchie e delle
burocrazie**

**In continua
connessione**

Le basi del cambiamento



Il Social Business all'interno delle aziende

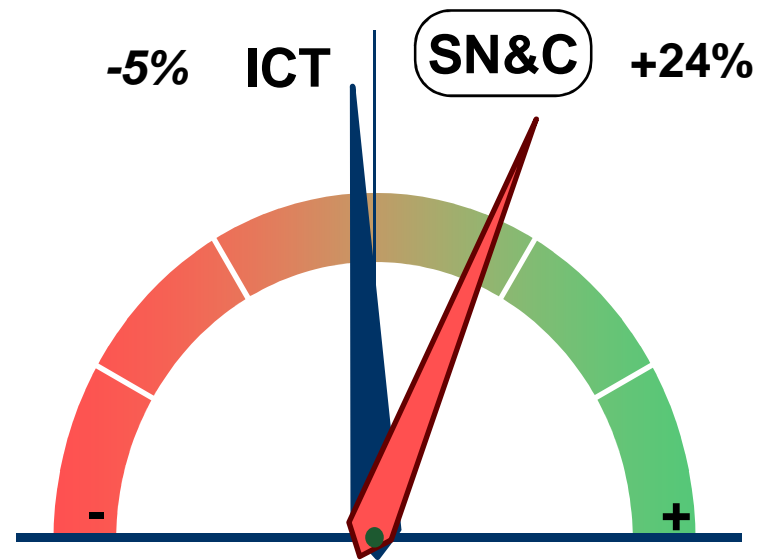


Supporto della gestione e creazione di **relazioni** e **reti sociali** e professionali

(blog, forum, strumenti di social network, ricerca esperti, profili degli utenti avanzati, ...)

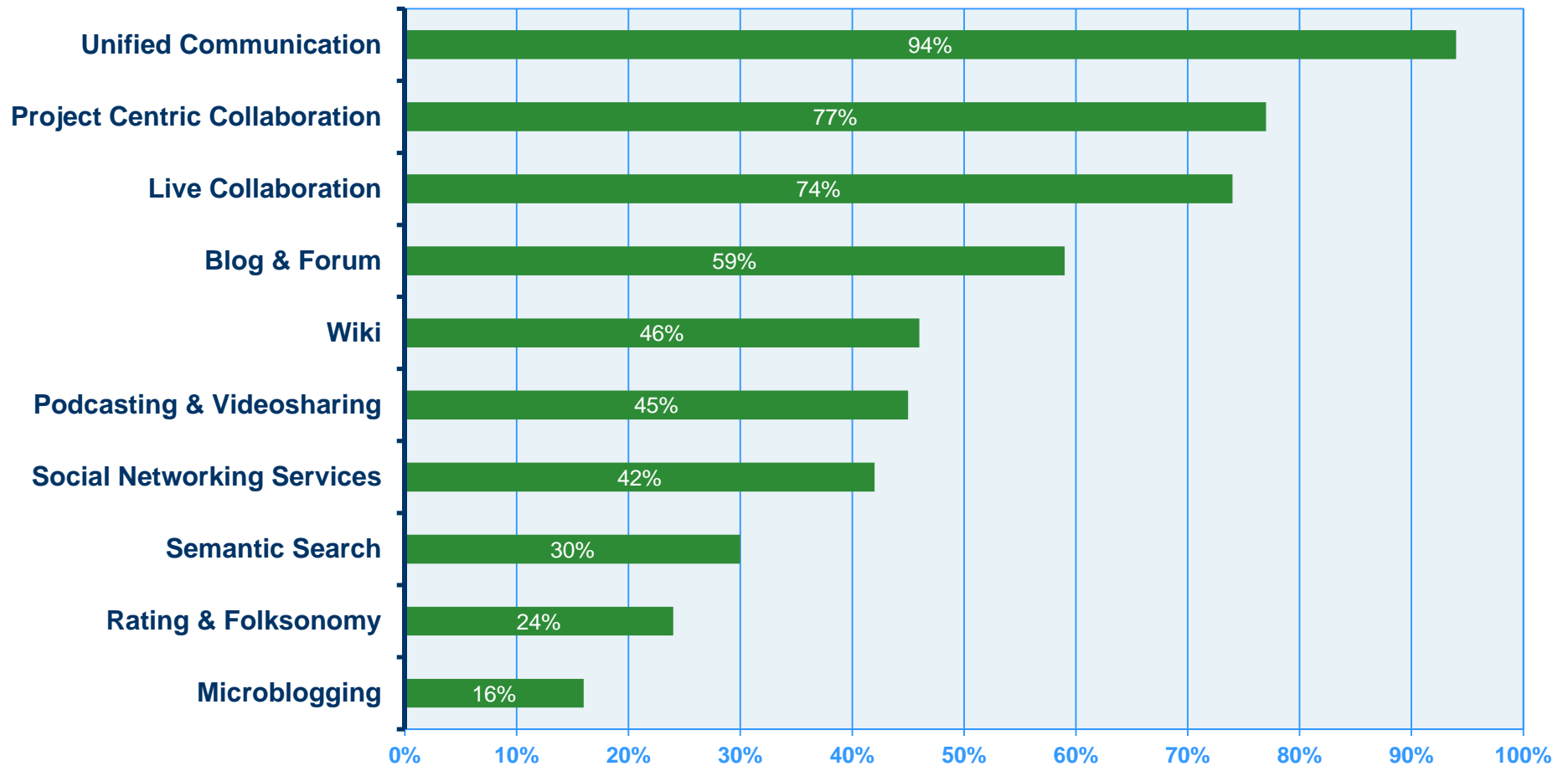
Fonte: Osservatorio Enterprise 2.0 – 2010
School of Management Politecnico di Milano

Trend di investimento in Social Network e Community

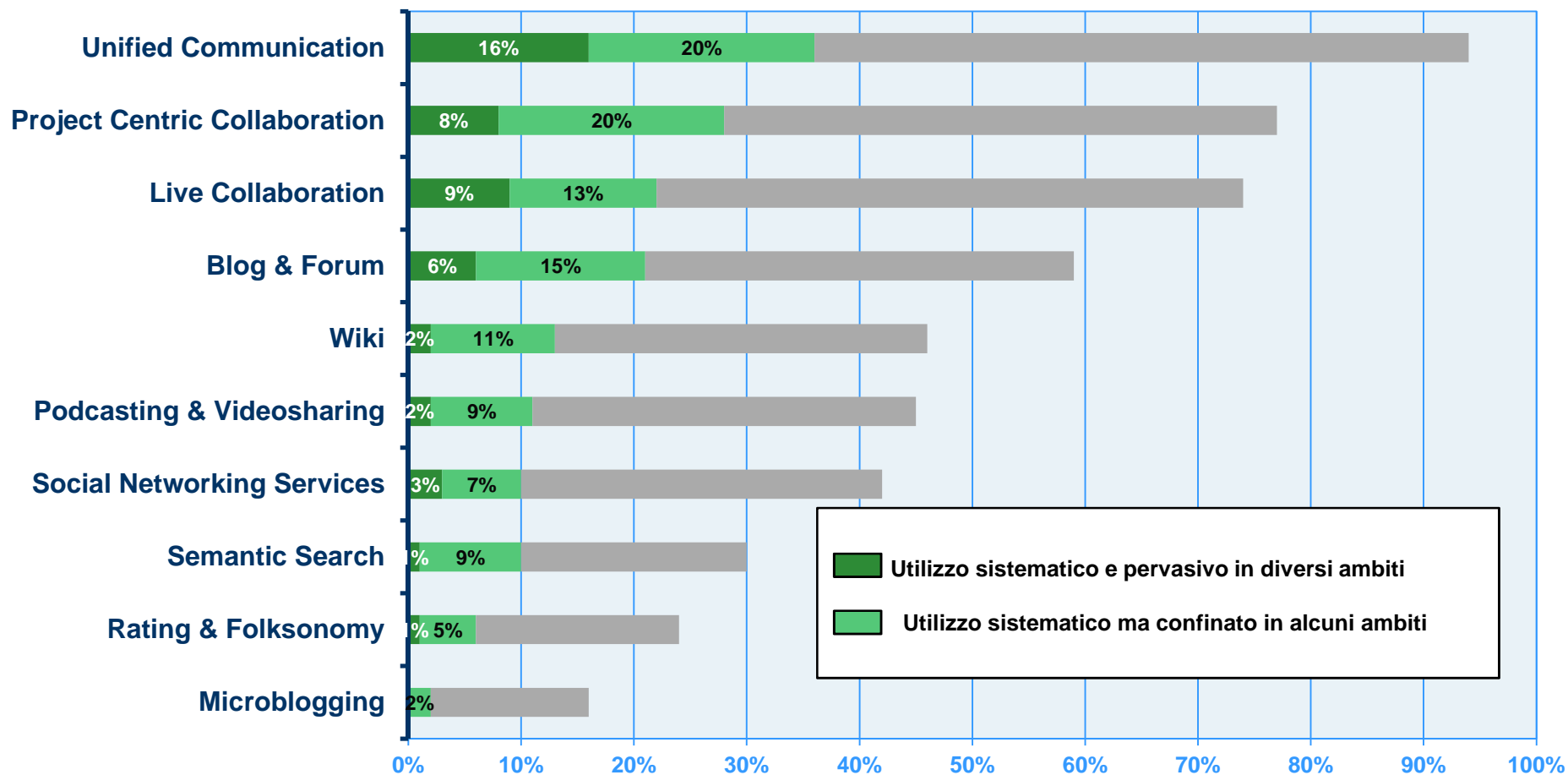


Campione 107 CIO

Adozione degli strumenti

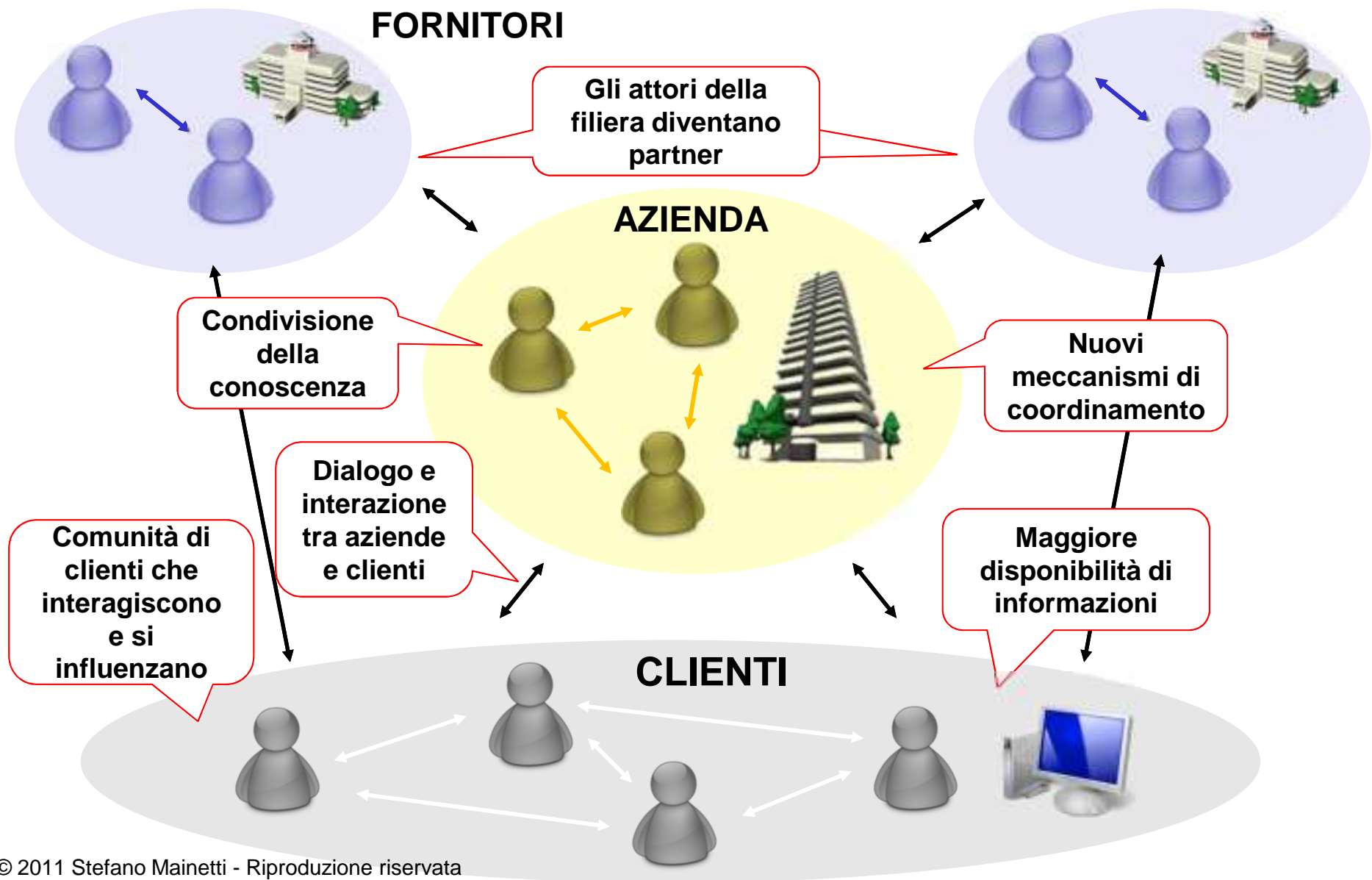


Adozione e utilizzo degli strumenti

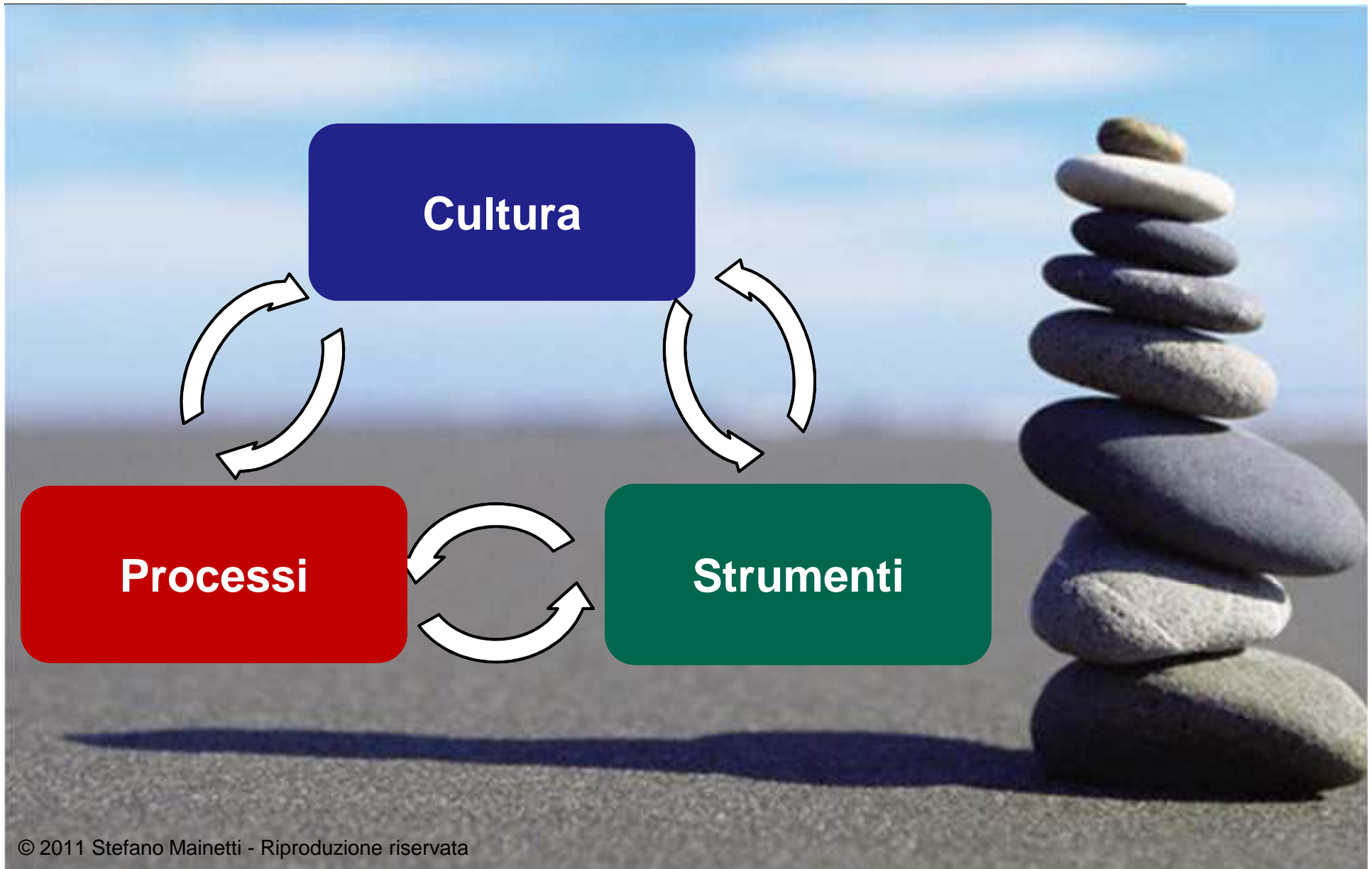


Fonte: Osservatorio Enterprise 2.0 – 2010
School of Management Politecnico di Milano

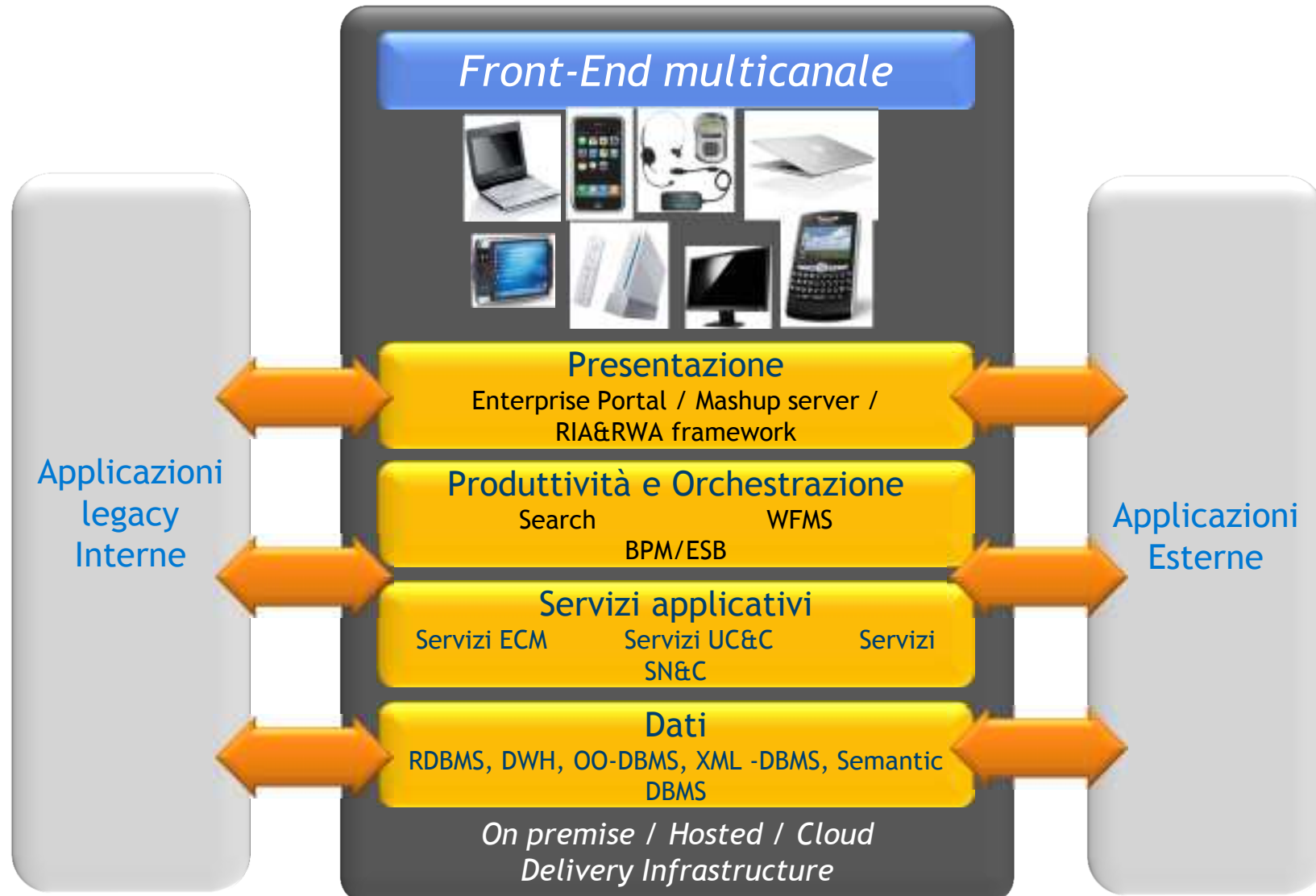
Come cambiano i modelli di business



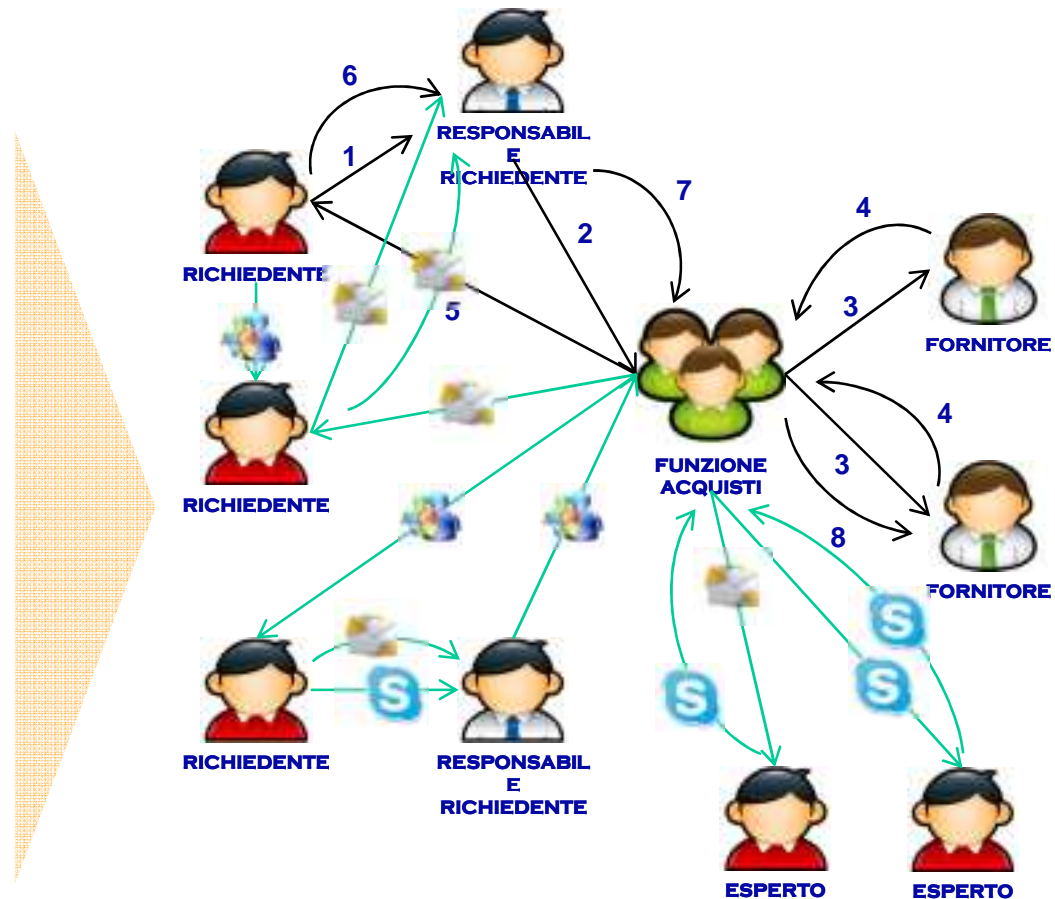
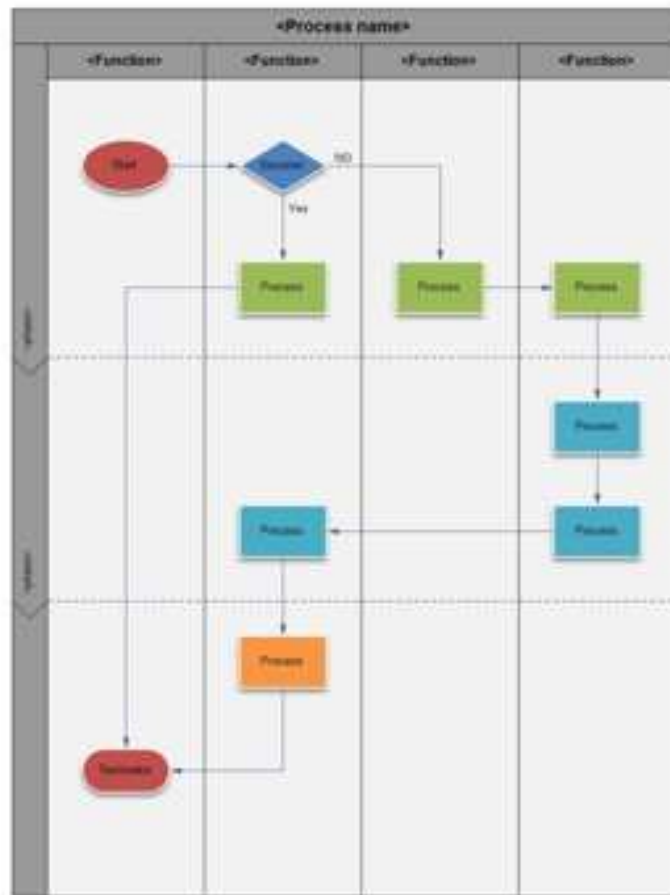
Come fare?



Un nuovo Sistema Informativo



Processi basati sulle relazioni e sulla collaborazione



Una cultura aziendale in evoluzione



Leadership diffusa

**Delega e
responsabilizzazione**

Controllo sociale

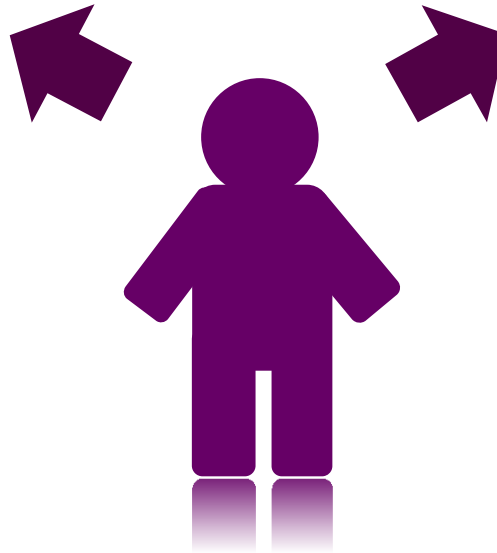
**Trasparenza e
coerenza**



L'individuo al centro: psicologia applicata al design motivazionale

Usabilità sociale

- Relazioni
- Identità
- Comunicazione
- Emergenza Gruppi



Motivazioni relazionali

- Competizione
- Eccellenza
- Curiosità
- Appartenenza

L'importanza di esserci



Cosa deve fare la Direzione ICT ?

Partire dalle problematiche di business

Ascoltare e comprendere i bisogni degli individui

Analizzare le motivazioni intrinseche delle persone e le dinamiche dei gruppi

Progettare su questa base l'esperienza utente e le funzionalità

... e ripartire di nuovo