



# L'impatto del Web2.0 sui media e sul marketing

Paolo Ciancarini  
Dipartimento Scienze dell'Informazione  
Università di Bologna

Roma, 4 Giugno 2008



rt="21"> <table align="left" width="157" cellpadding="0" cellspacing="0" border="0" bgcolor="#ffc000"> <tr> <td align="left" colspan="2">  
"http://pics.web2constatic.com/aw/pics/x.gif" width="157" height="2"> </td> <td align="right" rowspan="3" colspan="2"></td> </tr> <tr> <td align="lef  
"http://pics.we b2.ostatic.com/aw/pics/x.gif" width="2" height="1"></td> <td align="left" width="155"> <font face="arial" size ="2">&nb sp;<  
</font></td> </tr> <tr> <td align="left" colspan="2"><img src="http://picsweb2.0static.com/aw/pics/homepage/HPtransCurveNoBot tom22x21.gif" width="157"

## Chi sono io?

- Docente dell'università di Bologna
    - Per informatici (Informatica, Scienze di Internet)
    - Per comunicatori (Scienze della Comunicazione)
  - Esperto di tecnologie del Web
  - Esperto di tecnologie editoriali
  - Direttore di un consorzio nazionale di ricerche informatiche che raggruppa 31 Università (CINI)
-

# Agenda

- Il Web come medium
  - L'evoluzione del Web: Web2.0
  - L'impatto dei social media
  - Conversazioni e conversattori
-

## Una citazione

“The future is in community media and user-generated content”

Rupert Murdoch, 2006





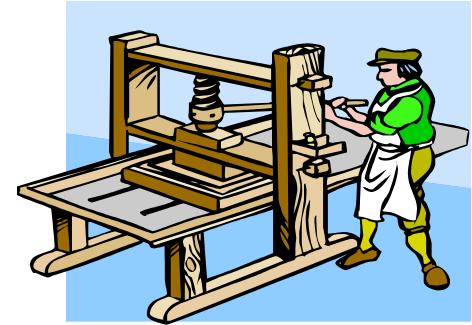
# La persona dell'anno 2006 (Time Magazine)



## Rivoluzioni tecnologiche

- Scrittura – 5000 a.C.
  - Papiri – 1300 – 800 a.C.
  - Stampa – 1455
  - Internet e tecnologie ICT – 1970
-

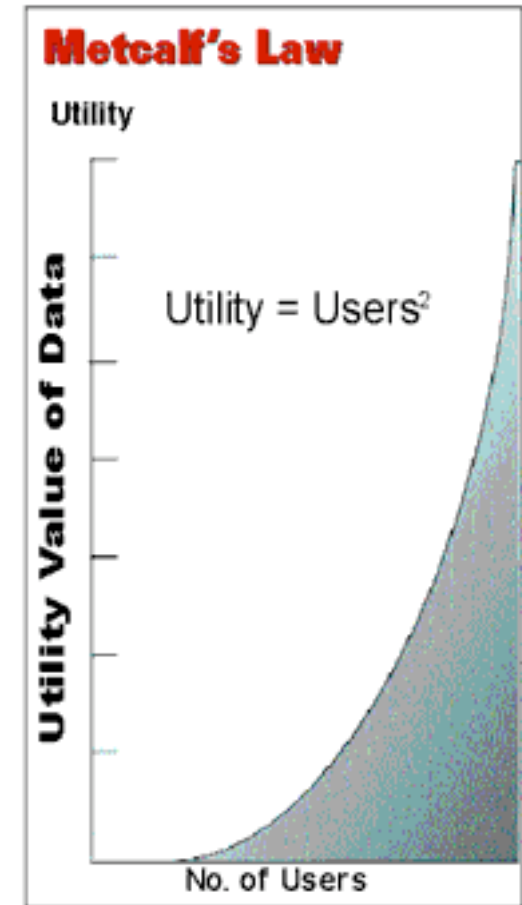
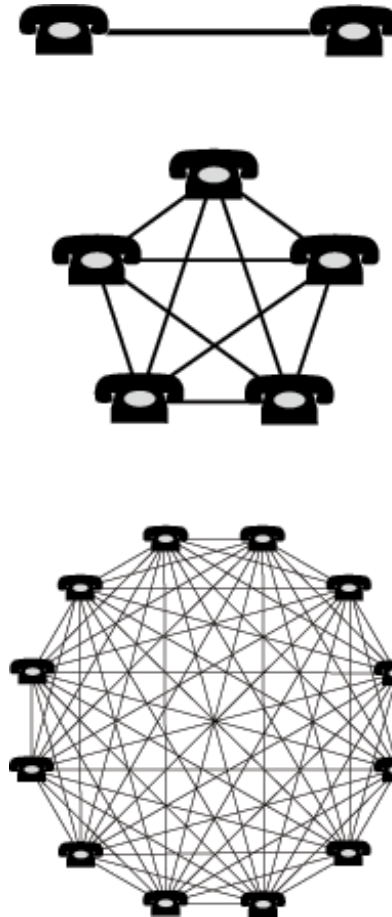
## La terza rivoluzione: la stampa



- Ridefinì una delle industrie più fiorenti d'Europa
  - Aumentò la produttività di migliaia di volte
  - Tagliò il costo della riproduzione dei documenti di almeno 1000 volte
  - Col tempo, richiese leggi specifiche: sulla proprietà intellettuale, sulla libertà di stampa
-

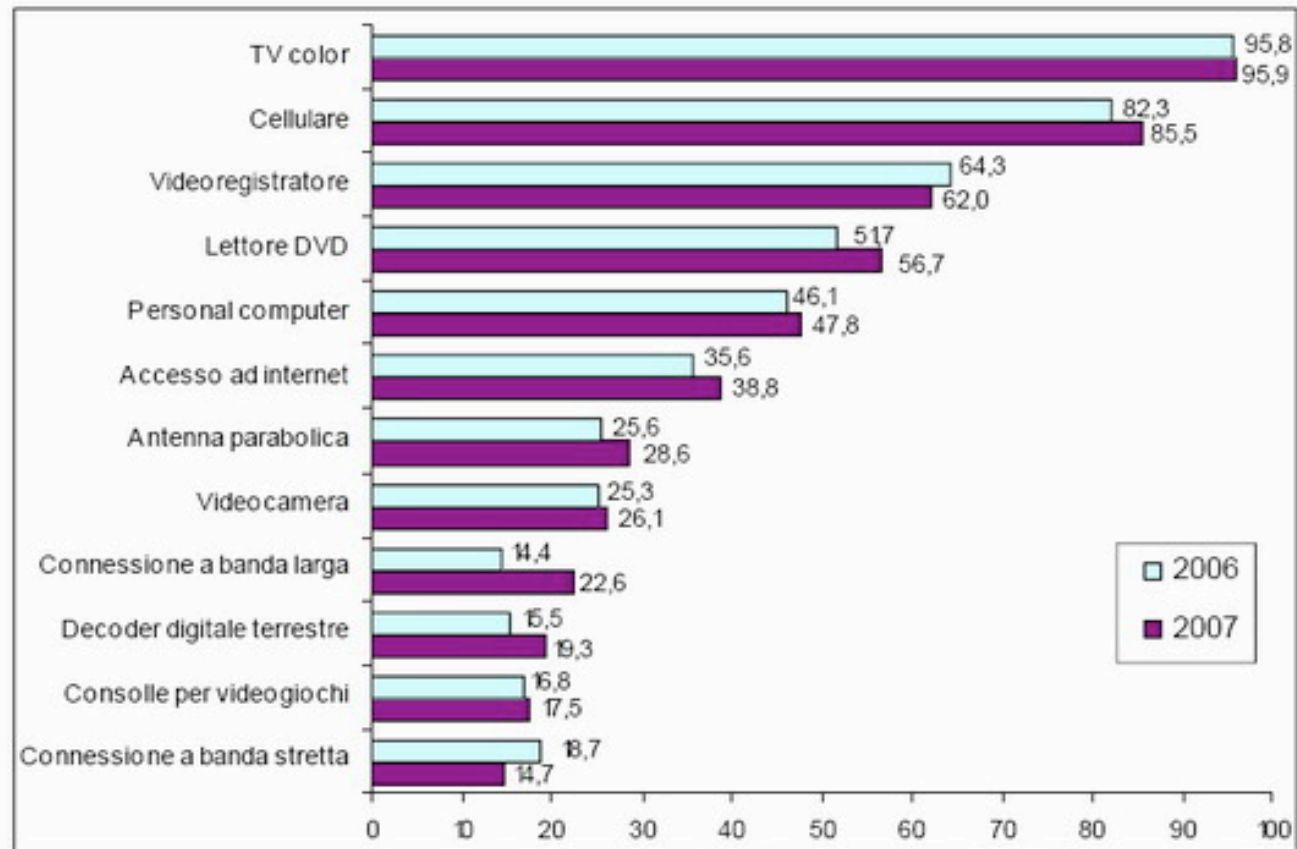
# La quarta rivoluzione: la rete delle ICT

- Le tecnologie dell'informazione e della comunicazione (ICT) abbattano i propri costi anno dopo anno
- Aumentano le connessioni tra le varie tecnologie (es. Internet, telefonia mobile, RFID)
- Struttura esponenziale del valore (Legge di Metcalf):  
“Il valore di una rete di comunicazione aumenta col quadrato della dimensione della rete stessa”
- Internet è la rete dei canali di comunicazione

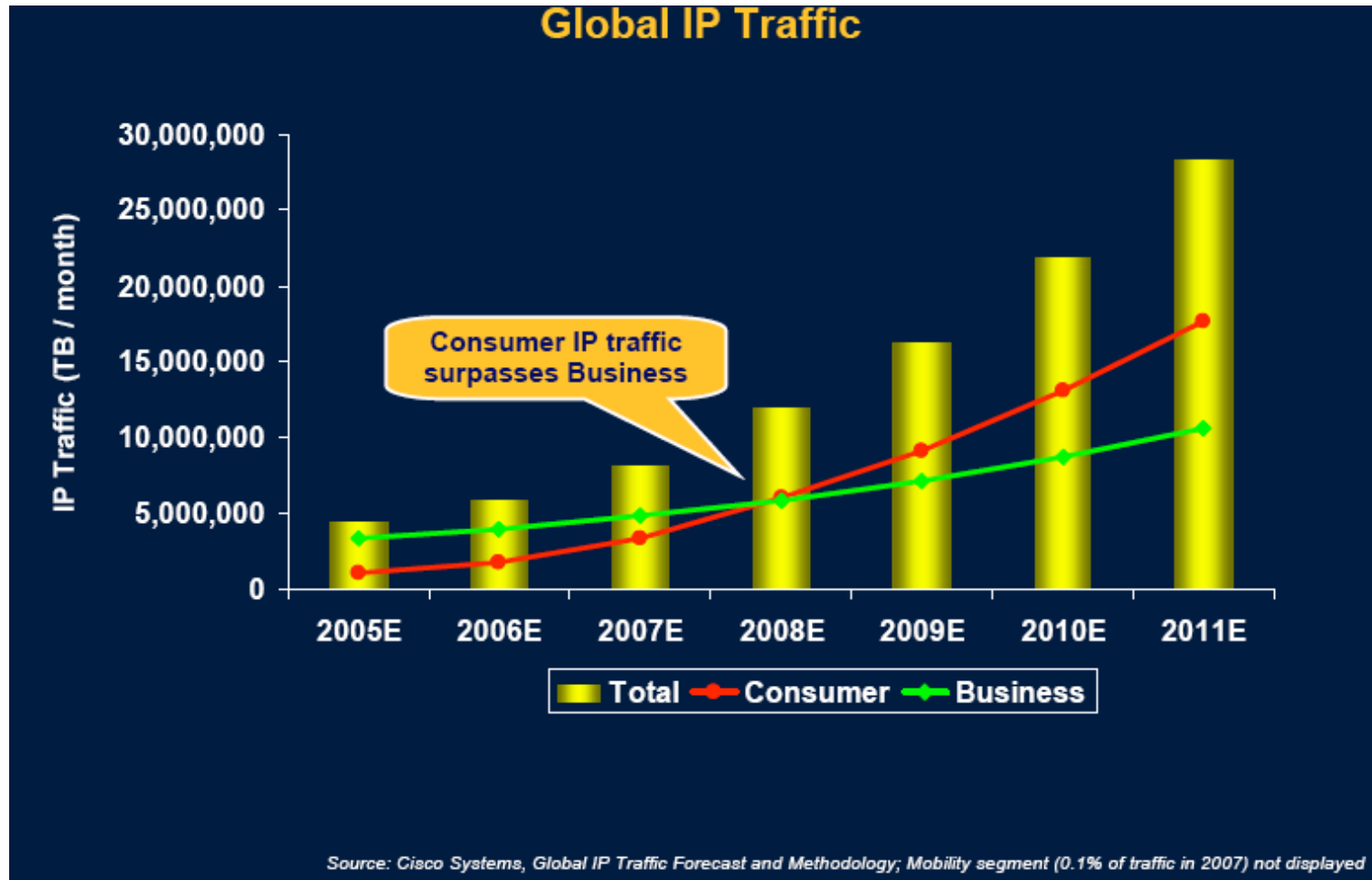


# La disponibilità di tecnologie ICT nelle famiglie italiane (fonte ISTAT)

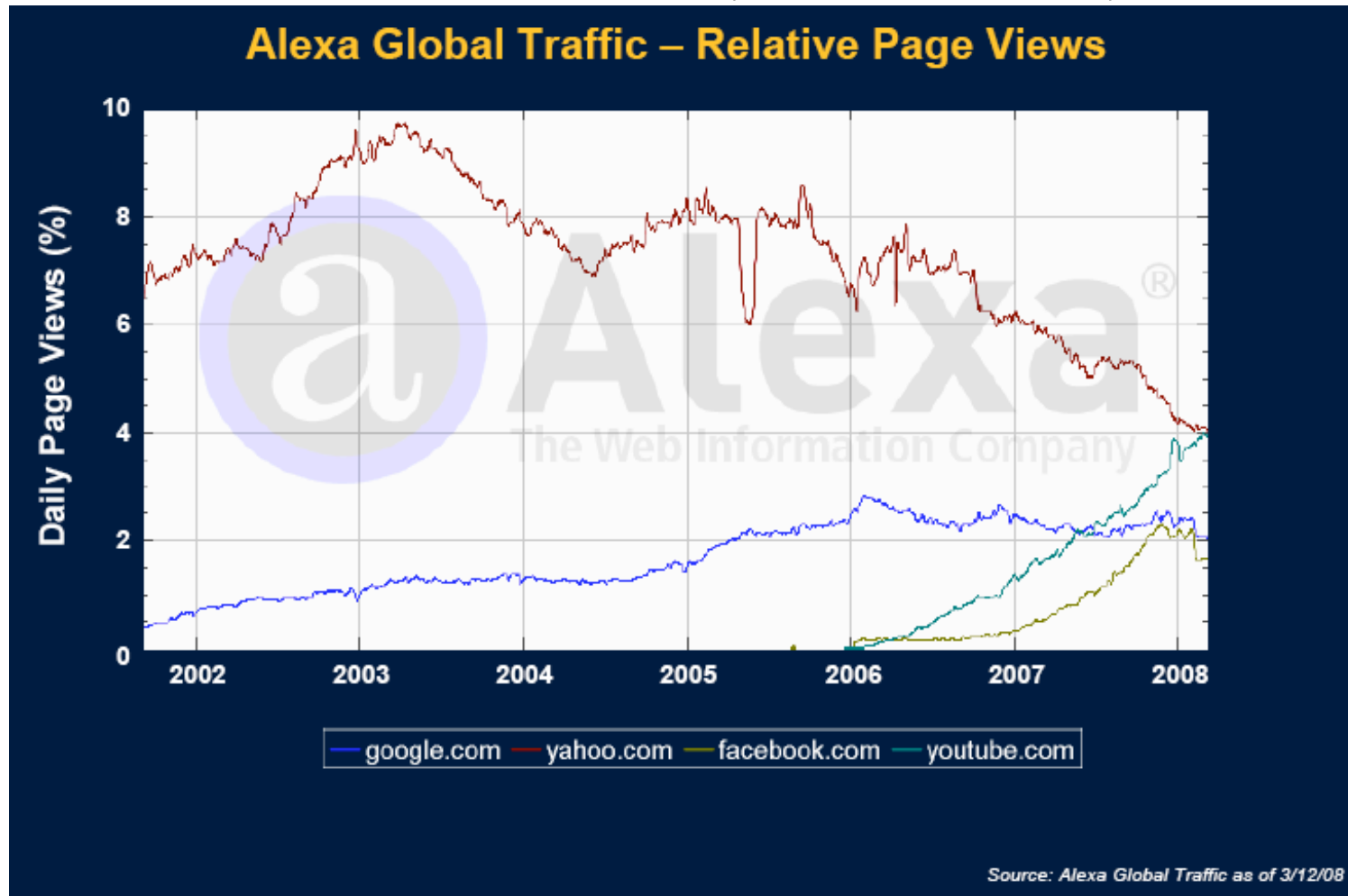
Figura 1 - Famiglie per beni tecnologici posseduti. Anni 2006 e 2007 (per 100 famiglie)



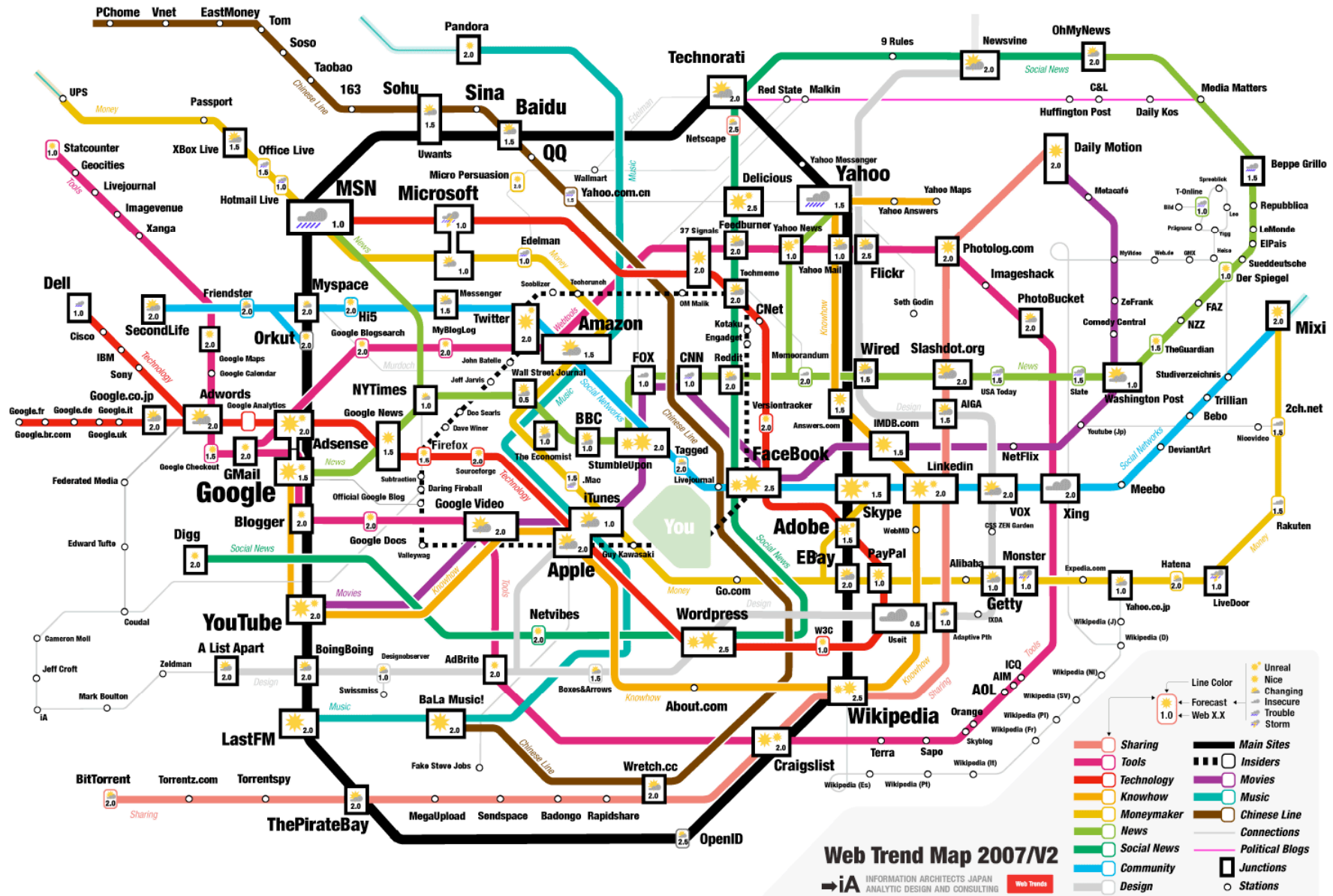
# Il traffico consumer supera il traffico business (fonte CISCO)



## I siti più visitati (fonte Alexa)



# I siti più influenti (WebTrend Map 2007)





## Alcuni canali di comunicazione digitale (Social media)

- Siti web

- Portali



- Blog



- Forum



- Wiki



- Podcast



- Really Simple Syndacation (RSS)



- Motori di ricerca



## User generated content

- Lo “*user generated content*” può avere qualsiasi forma – testo, audio, video, opinioni, categorie o classifiche, mappe concettuali
  - E’ contenuto generato a basso prezzo e sempre a basso prezzo - di solito gratis - messo online direttamente dall’autore
  - Siti famosi: YouTube, Flickr, Wikipedia, Facebook
-

# User generated content: esempi

- Dare opinione
- Condividere
- Esprimersi
- Influenzare
- Localizzare
- Personalizzare

The screenshot displays a Yahoo! Widgets interface with several user-generated content elements:

- Votare questa presentazione:** A green box containing the text "Votare questa presentazione:" and "Comprovabilità \*\*\*\*\*".
- Share this slideshow:** A blue button with a share icon and the text "Share this slideshow".
- Commenti alla notizia:** A white box with the text "Commenti alla notizia" and "Feed xml". Below it, a link says "Clicca qui per leggerle tutte (55)".
- Get Started:** A white box with the text "Get Started" and "Jump into Yahoo! Widgets today →".
- What's New:** A white box with the text "What's New" and "Check out the latest version of Yahoo! Widgets →".
- And 4,813 more...:** A white box with a large number "4,813" and the text "more...". Below it, a list of widget categories and their counts is shown:

|                 |                     |
|-----------------|---------------------|
| utilities (638) | news (478)          |
| games (476)     | radio (436)         |
| search (383)    | clocks (315)        |
| webcams (285)   | countdown (203)     |
| weather (142)   | communication (133) |
| plugins (122)   | shopping (101)      |

# Conversazioni sui media

RISULTATI ★ ★ ★ ★ ★ 3 VOTI



CONDIVIDI

## Sole 24 ore

**SFOGLIA IL GIORNALE**

**Ahmadinejad attacca l'Onu e rilancia sul nucleare**  
**Proteste a Roma contro il presidente iraniano**  
**Veli neri sulla scalinata di Trinità dei Monti**



Area abbonamenti online  
Login   
Password  **entra**  
» Attiva abbonamento  
» Rinnova abbonamento  
» Acquista l'abbonamento



ROMA (3 giugno) - Polemiche e cortei di protesta contro il presidente iraniano Mahmoud Ahmadinejad, oggi a Roma per il vertice della Fao. Il presidente iraniano ha criticato l'Onu, controllata da Paesi che «pensano solo ai loro interessi» e da «volontà varie mosse occasionalmente da motivazioni diaboliche»....  
**Giornalista iraniano non gradito: pass ritirato**  
**«Incontro con l'ambasciatore di Teheran**  
**LE FOTO**  
**COMMENTA**

Messaggero

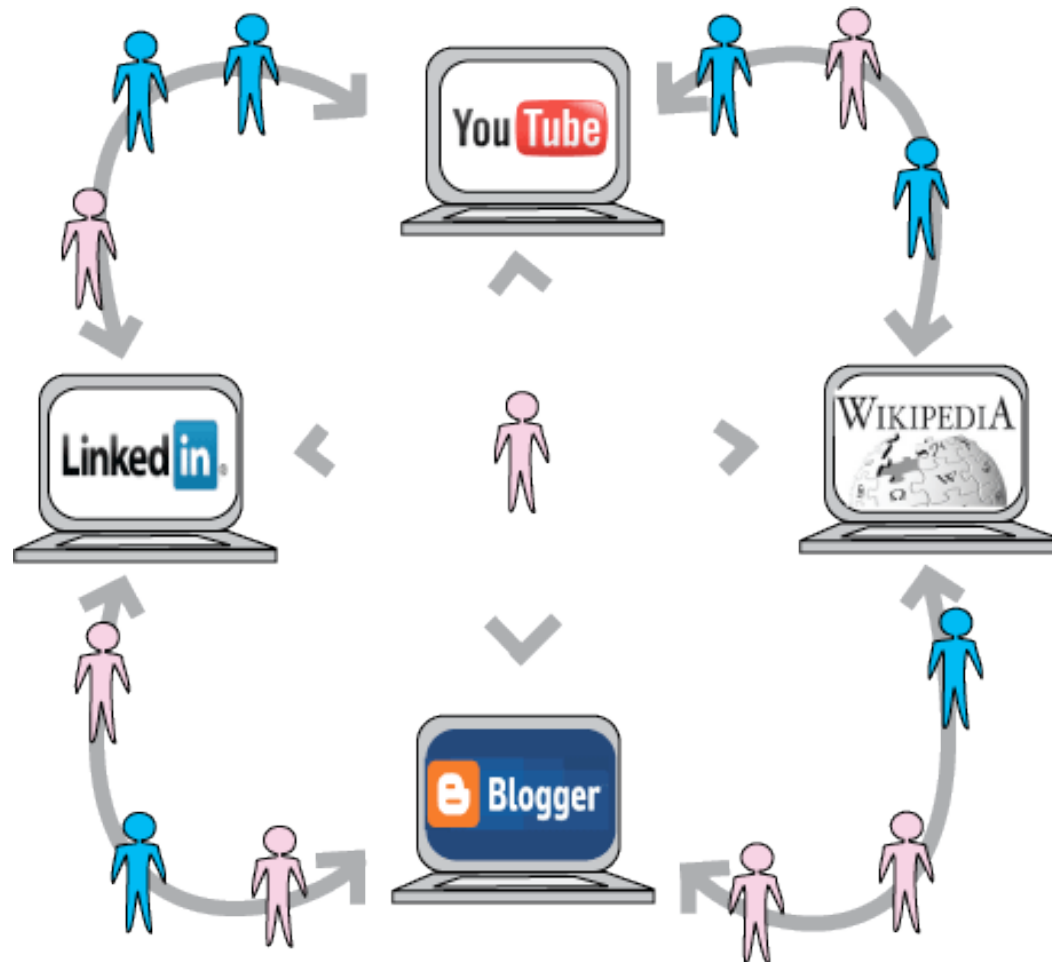
## UGC: statistiche (fonte: PEW Internet)

- 35% degli utenti internet adulti ha creato contenuti e li ha pubblicati on line
  - 8% degli utenti internet ha un blog
  - 14% lavora sulle proprie pagine web
  - 13% crea o lavora su pagine altrui
  - 26% condivide online qualcosa di personale: disegni, foto, storie, video
  - 49% dice di aver scaricato podcast
  - 15% ha visto un video su internet “**ieri**”
-

## UCG in Italia

- Oltre 24 milioni di utenti Internet
  - Oltre 10 milioni si sono collegati ieri o oggi
  - Internet è per audience complessiva il terzo medium dopo TV e radio
  - Oltre 9 milioni usano siti di social media
  - Almeno 5 milioni leggono i blog
  - Almeno 2 milioni producono blog
  - Quasi tutti i lettori lasciano commenti sui blog
-

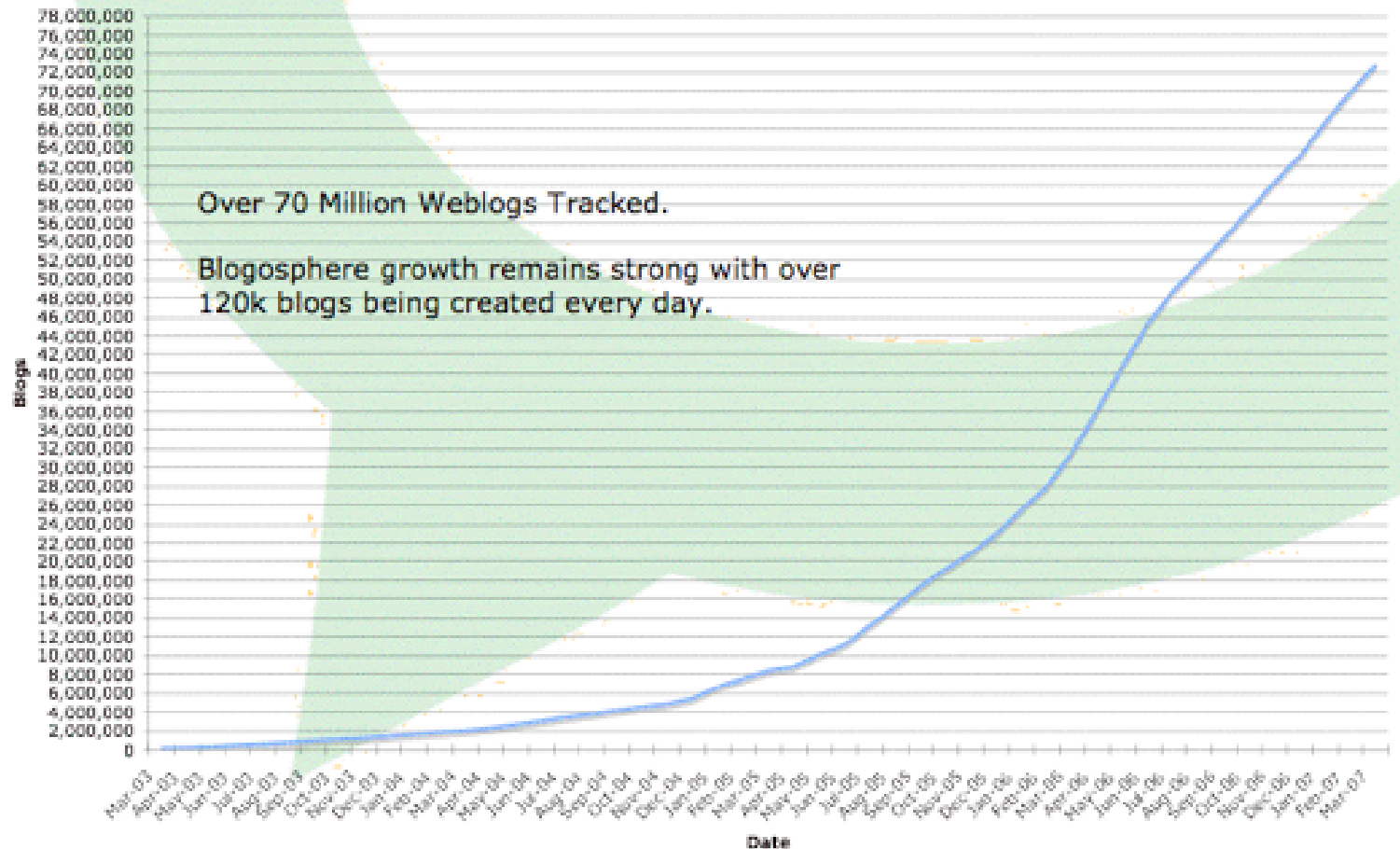
# Il conversatore



# La blogosfera



Weblogs Cumulative: March 2003 - March 2007





## La popolarità dei blog

---

### **US Blog Readers\*, 2007-2012 (millions and % of Internet users)**

---

|             |                      |
|-------------|----------------------|
| <b>2007</b> | <b>94.1 (50.0%)</b>  |
| <b>2008</b> | <b>104.7 (54.0%)</b> |
| <b>2009</b> | <b>116.1 (58.0%)</b> |
| <b>2010</b> | <b>125.8 (61.0%)</b> |
| <b>2011</b> | <b>135.6 (64.0%)</b> |
| <b>2012</b> | <b>145.3 (67.0%)</b> |

*Note: \*Internet users who read at least one blog at least once per month*  
*Source: eMarketer, May 2008*

# WEB 2.0

- Versione 1.0 del Web:  
Il Web è una fonte informativa, vetrina per il marketing, profitti immediati; produttori in cerca di consumatori; immaturità tecnologica e commerciale
- Versione 2.0:  
Il Web è un catalizzatore di comunità di persone che conversano;  
“conversatori” = “consumatori” = “prosumers”;  
profitti a lunga scadenza, basati sulla “lunga coda”;  
evoluzione tecnologica e commerciale



Aggregators Folksonomy Wikis User Centered Joy of Use  
Blogs Participation Six Degrees Usability Widgets  
Pagerank XFN Recommendation Social Software FOAF Browser  
Videocasting Podcasting Sharing Collaboration Perpetual Beta Simplicity AJAX  
Audio IM Video Design  
Convergence Web 2.0 CSS Pay Per Click  
UMTS Mobility Atom XHTML SVG Ruby on Rails VC Trust Affiliation  
OpenAPIs RSS Semantic Web Standards SEO Economy  
OpenID Remixability REST Standardization The Long Tail  
DataDriven Accessibility Microformats Syndication XML  
Modularity SOAP

## Accesso e contenuti

- Negli anni '90 si è combattuta una battaglia tecnologica sul metodo di accesso (la “finestra”) al Web: Netscape vs Microsoft Explorer
- Oggi la battaglia è sul **controllo dei contenuti e dei servizi**, molto meno sulla “finestra”
- Il Web è una piattaforma ricca di servizi per conversare, ovvero creare e diffondere contenuti
- I contenuti sono generati da professionisti o da utenti “semplici”



## Il Web2.0 è una piattaforma per conversare

- Il Web2.0 mette in rete nuove tecnologie, di solito gratuite, al servizio di comunità di persone (“reti sociali”)
  - Tecnologie spesso open source, economiche da produrre
  - I migliori siti Web2.0 puntano sull’offerta di grandi quantità di dati in forma gratuita e di semplice accesso
  - Nuove imprese di comunicazione - vedi YouTube - sfruttano i nuovi meccanismi, creando nuovi approcci a mercati consolidati, come quello dei media
  - **Nota:** i migliori siti sono sempre “search driven” ed abbattano il “pay wall”
-

# Apertura degli archivi del NYT: 18.9.2007

- The New York Times will stop charging for access to parts of its Web site, effective at midnight tonight.
  - The move comes two years to the day after The Times began the subscription program, which has charged \$49.95/y, or \$7.95 /m, for online access to the newspaper's archives from 1987 to the present without charge, as well as those from 1851 to 1922, which are in the public domain
  - *Many more readers started coming to the site from search engines and links on other sites instead of coming directly to NYTimes.com.*
  - These indirect readers, unable to get access to articles **behind the pay wall** and less likely to pay subscription fees than the more loyal direct users, were seen as opportunities for more page views and increased advertising revenue.
-

# Esempio: sito Corriere della Sera

**CORRIERE DELLA SERA** *it*

## PIU'letti

- 1 Alemanno: «Paura a girare per le strade» Corriere de
- 2 Chiaiano, tensione alle stelle Berlusconi: «Andiamo Corriere della Sera
- 3 Giallo Meredith, spunta il terzo uomo «Sporco di san gridava: "l'ho uccisa"» Corriere della Sera
- 4 Senza patente uccide fidanzati in scooter Corriere de
- 5 L'amore nato in Facoltà Lei sognava di fare la miss C della Sera
- 6 Sicurezza e rifiuti, emanati i decreti 10 siti per le disc scontri a Chiaiano Corriere della Sera
- 7 E Rifondazione chiede la grazia «Compassione per l Franzoni» Corriere della Sera
- 8 Pubblico impiego, operazione trasparenza Corriere d Sera
- 9 Naomi: operata per ave
- 10 Corriere della Sera - La

Oggi

» Corriere della Sera > Ricerca nel sito

## Risultati trovati per "ciancarini"

Risultati da ARCHIVIO del CORRIERE DELLA SERA su ciancarini

**LETTERE AL CORRIERE** | 31 dicembre 2007

**Via TOMACELLI 160** | 14 settembre 2001

**Nascerà a Bologna il dottore in Web** | 19 maggio 2001

Mostra tutti i 3 risultati trovati

Trovati 1 articoli | Risultati ordinati per DATA. [Clicca qui per ordinare per RILEVANZA](#)

## I computer si sfidano a scacchi

A Bologna le eliminatorie dei software italiani: chi vince va alle Olimpiadi di Torino 2006



# Italians

con **Beppe Severgnini**  
[www.beppevergnini.com](http://www.beppevergnini.com)

punto  
Italians

- [www.italiansonline.net](http://www.italiansonline.net)  
- [www.italiansoflondon.com](http://www.italiansoflondon.com)

Tutte le pizze di Italians

Italian Sondaggi

20-02-2002  
Un mercoledì palindromo

Le feste di Italians:  
anno V | VII | VIII | IX

TexBlob

scrivi

cerca

Le audiofoto

# Conversattori (prosumers)

I contenuti delle conversazioni generate dagli utenti (user-generated content) aumentano l'effetto rete

Cultura del remix (o mash-up): i siti conversazionali più professionali sfruttano sorgenti e RSS di altri siti

The logo for Flickr, featuring the word "flickr" in a blue and pink sans-serif font, with "BETA" in a smaller grey font above the "r".The eBay logo, with "e" in red, "b" in blue, "a" in yellow, and "y" in green, followed by "The World's Online Marketplace™" in a smaller black font below.The Technorati logo, featuring a green square icon with a white 'T' and the word "Technorati™" in a green, outlined sans-serif font.The Blogger logo, consisting of an orange square with a white 'B' and the word "Blogger" in a white sans-serif font on a dark blue background.The Yahoo! 360° logo, with "YAHOO!" in red, "360°" in black, and "BETA" in orange below.The podomatic logo, with "podomatic" in a blue, rounded sans-serif font, where the 'o' is a circle.The last.fm logo, with "last.fm" in white on a red background, and "the social music revolution" in a smaller white font below.The Myspace.com logo, with a white icon of three people and the text "myspace.com" and "a place for friends" in white on a blue background.The six apart logo, featuring six green dots of varying sizes above the text "six apart" in a black, lowercase sans-serif font.A screenshot of the Punto Informatico website header, showing the logo "Punto Informatico" and a navigation menu with links like "PI Telefonía", "PI Download", "PI Forum", "PI Gadget", "PI Video", and "PI Lavoro".



# Esempio: Technorati

Ricerca in tempo reale per user-generated media (anche weblogs) per tag o keyword  
Fornisce anche indici di popolarità

The screenshot shows the Technorati website interface. At the top, there is a green navigation bar with the Technorati logo, a search bar, and links for 'Join', 'Sign in', and 'Help'. Below the navigation bar, there are tabs for 'Front Page', 'Business', 'Entertainment', 'Lifestyle', 'Politics', 'Sports', 'Technology', 'Blogs', 'Photos', 'Videos', and 'Blogger Central'. The main content area is titled 'Front page / what's percolating in blogs now' and includes a 'Subscribe' button. The content is organized into several sections: 'Headlines' and 'Rising Posts and Stories'. The 'Rising blog posts by attention' section features a post about 'Gay marriage issue not over yet' with a pollsters' caution and a link to 'Authority: 11,425'. The 'Rising news stories by attention' section features an 'EXCLUSIVE: Angelina Jolie Birth Rumors Not True' with a quote from a rep and a link to 'Authority: 3,229'. Other sections include '10 Skinny Rules' (FatLoss4idiots.com), 'Video di Youtube' (www.mobileinternet.vodafone.it), 'McCain Uses Image of Gen. Petraeus in Fundraising Solicitation' (jaketapper in Political Punch), 'CFTC Tightens Its Grip' (The Wall Street Journal), and 'Dole Calls McClellan "Miserable Creature"' (Politico). A sidebar on the right contains a 'Phrase clouds are on the move!' section, an advertisement for the 'Acura TSX' (The all-new 2009 Acura TSX), and 'Tags from what's rising' (angelina jolie, apple, archive, barack obama, business, gadgets, google, hillary clinton, internet, iphone, iraq, john, mccain, links, linux, media, movies, music, NEWS, politics, video). At the bottom, there is a 'Contributing bloggers' section featuring 'Just Jared' (Authority: 3,585) and 'BlackRadiosBack.com' (Authority: 64).

# User-generated media e marketing

- Il marketing sul Web è una conversazione
- Conversational media: una nuova generazione di media businesses
  - Google-Yahoo News e Craigslist/Blogs (vs. Quotidiani)
  - Tivo/NetFlix/VideoIP (vs. TV satellitari/digitali)
  - Federated Media e BoingBoing (vs. Pagine Gialle)



# Marketing conversazionale

- Aggregare, gestire, analizzare le conversazioni delle comunità
- L'essenza del business del Web2.0
- Esempi: Dell, Spikesource, SimplestShop.com, Topix, MyYahoo, Technorati, Feedster






Compra online o chiama 02 57 782 401 (Solo per aziende)

[International site](#)[Premier Login](#)[Stato del mio ordine](#)[E-Quote](#)

Siete qui:  Italia



# IL COLORE CATTURA L'ATTENZIONE

## NOTEBOOK XPS™ M1330 E M1530 ORA DISPONIBILI IN ROSA

▶ IL TUO È ROSA



Notebook



Desktop



Server, storage e  
connettività



Stampanti e  
inchiostri



Elettronica e  
accessori



Supporto e guida


Soluzioni per:

- ▶ Privati
- ▶ Piccole e medie aziende
- ▶ Grandi Aziende
- ▶ Pubblica Amministrazione
- ▶ Partners

Scegli una nazione



You are here: USA



### Celebrating Dell's 24th Anniversary

## Save up to \$350

plus get a Dell Promotional Gift Card with select systems purchases

Offer expires 6/2/08 @ 11:59PM CT

**▶ SHOP NOW**

1/3 ◀▶



Laptops



Desktops & All-in-One



Servers, Storage & Networking



Printers, Ink & Toner



TVs, Software & Accessories



Support & Help

**Solutions For:**

- ▶ Home & Home Office
- ▶ Small & Medium Business
- ▶ Large Business
- ▶ Government, Education, Healthcare & Life Sciences
- ▶ Partners



[Dell Community: Ideas, Blogs, Forums, Videos](#)

Choose A Country/Region



Bookmark or Share:



You are here: USA

# Welcome to Dell Community

## Learn More About Dell

- ▶ Awards
- ▶ Dell Earth
- ▶ Information Portal
- ▶ News Releases
- ▶ Podcasts
- ▶ Syndicated Feeds

## Community Tools

- ▶ Ideas: IdeaStorm
- ▶ Blogs: Direct2Dell
- ▶ Forums: Dell Forums
- ▶ Videos: StudioDell
- ▶ RSS: Syndicated Feeds
- ▶ Dell in Second Life
- ▶ Dell Techcenter
- ▶ Community Pulse
- ▶ Product Dashboard

## Dell Community Network

Dell provides a number of interactive ways for you to share and learn with others and with us. We encourage open conversations because we believe everyone has something to contribute. We're at our best when we're listening to you. This is your community.

## Latest StudioDell Video

ABHOW 0:00/0:00

## Community Buzz

- [Information on the Inspiron Mini](#) 5/29/2008
- [IdeaStorm - No Component Option for XPS Desktops](#) 5/28/2008
- [IdeaStorm - Let Home customers know it's OK to buy from the Business section and vice versa.](#) 5/28/2008
- [IdeaStorm - Higher Resolution for Home and Home Office Laptops](#) 5/28/2008
- [IdeaStorm - 24 Inch XPS One](#) 5/28/2008
- [Precision M6300 Memory Addressing](#) 5/27/2008
- [Alienware and XPS Coexist](#) 5/27/2008

← Prev Next → RSS

## Latest Suggestions

- [MythTV](#) mocha007 5/28/2008
- [Dell Community Forum Support - Community Moderators!!](#) phillyfloyd 5/27/2008
- [Improve Posting in Dell Ideastorm](#) darthomer 5/25/2008

← Prev Next → RSS

## Blog Roll

- ▶ [Direct2Dell](#)
- ▶ [ReGeneration](#)
- ▶ [Your Blog](#)
- ▶ [Dell Shares](#)
- ▶ [Inside IT](#)
- ▶ [Small Business](#)
- ▶ [Cloud Computing](#)
- ▶ [Chinese \(戴尔中文博客\)](#)
- ▶ [Spanish \(DellenDirecto\)](#)
- ▶ [Norwegian \(DellDirekte\)](#)
- ▶ [Japanese \(日本語の Direct2Dell\)](#)

## Latest Blog Posts

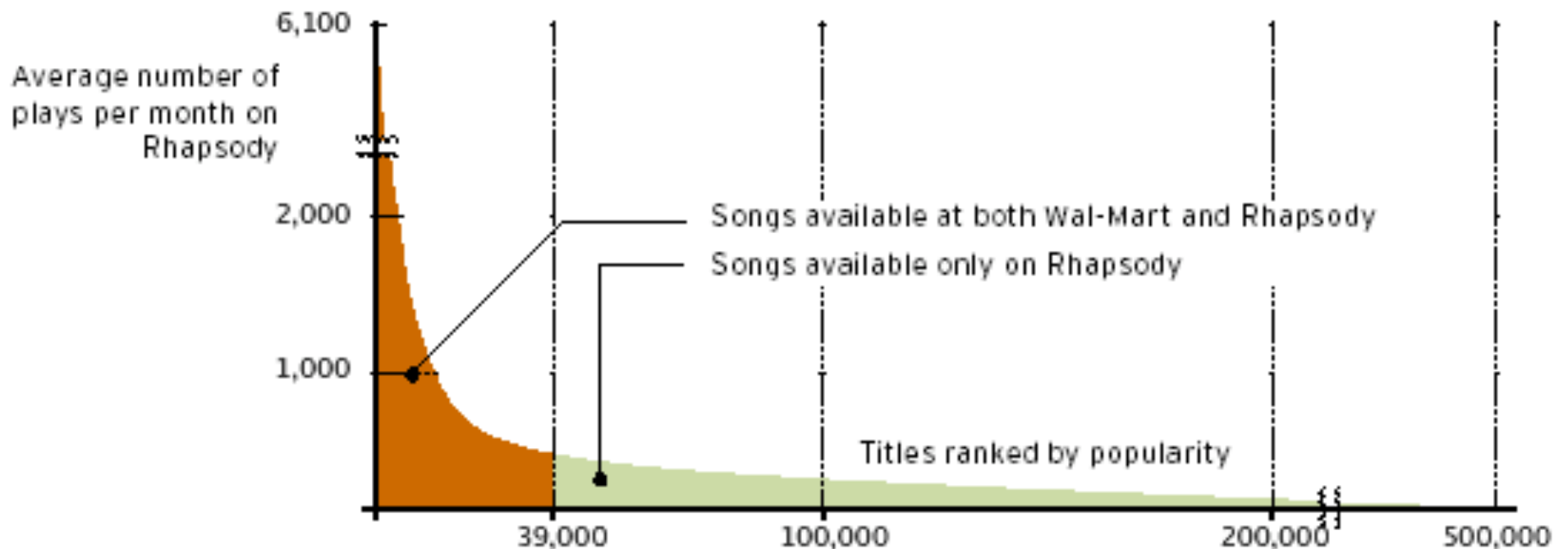
- [Dell Norway kicks off national environmental initiative](#) 5/30/2008
- [Dell's Q1 Earnings](#) 5/29/2008
- [Dell's New Service Partner Program - FAQ](#) 5/28/2008

← Prev Next → RSS

Help us Improve Your Community. [Take a survey.](#)

# La lunga coda

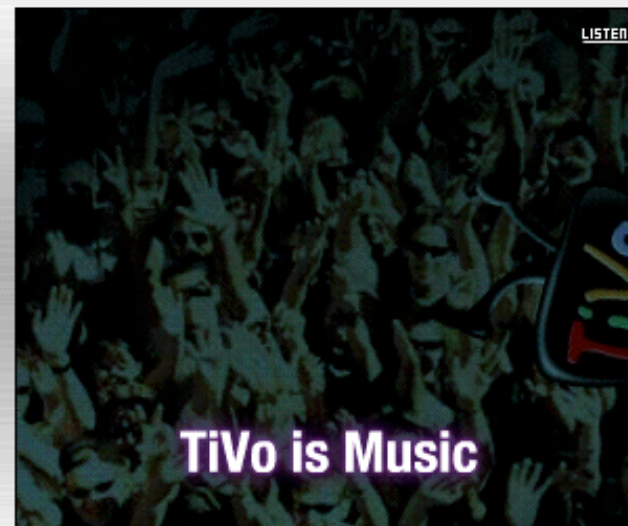
- Nei mercati tradizionali vale la regola “80-20”: l’80% del mercato è del 20% dei produttori
- Su web è diverso: per chi produce contenuti e per gli inserzionisti, un milione di siti con 1000 utenti ciascuno è molto più attraente che 100 siti con un milione di lettori ciascuno
  - Google Adsense
  - Meglio 100.000 gruppi musicali che vendono 5000 album, che non 50 gruppi che vendono un milione di album





Millions of songs. Thousands of artists.  
Listen all you want. Whenever you want.

GET RHAPSODY UNLIMITED



LISTEN

What Is Rhapsody

Download, Mix & Burn Music

Add Music to Facebook

MTV Music

VH1 Music

CMT Music

## In The Spotlight

### The Fab Four



Featured Single



Everyone Nose (All The Girls Standing In The Line...) N.E.R.D.

Play/Add

Pharrell and his cohorts return to the frontlines. A high-hat heavy club jam for all the ladies who like to party 'til the break of dawn.

## Rhapsody Originals Live



brought to you by TOYOTA

Watch Manchester Orchestra at The Knitting Factory



## I motori di ricerca dominano il Web

- I motori di ricerca sono la forza trainante del business su Web
- I 2/3 del traffico verso i siti web dei grandi quotidiani americani è oggi governato da Google
- Google da qualche mese mette in prima posizione i risultati presi dalle news
- Google è dunque un' "edicola"?



[Advanced Search](#)  
[Preferences](#)[Web](#) [News](#) [Video](#) [Images](#)Personalized Results 1 - 10 of about **24,400,000** for **berlusconi**.

### [Silvio Berlusconi - Wikipedia, the free encyclopedia](#)

Hyperlinked encyclopedia article about the Prime Minister of Italy.

[en.wikipedia.org/wiki/Silvio\\_Berlusconi](http://en.wikipedia.org/wiki/Silvio_Berlusconi) - 256k - [Cached](#) - [Similar pages](#)

### [BBC NEWS | World | Europe | Profile: Silvio Berlusconi](#)

The perma-tanned **Berlusconi** is one of Italy's most colourful figures. Silvio **Berlusconi** is Italy's richest man, estimated to be worth \$12bn (£7bn) by US ...

[news.bbc.co.uk/1/hi/world/europe/3034600.stm](http://news.bbc.co.uk/1/hi/world/europe/3034600.stm) - 53k - [Cached](#) - [Similar pages](#)

### [Silvio Berlusconi - AskMen.com](#)

Silvio **Berlusconi** Men Celebrities Profile - Biography, Latest Photos, Pics, News, Gossip, comments, success and Woman Magnetism Rating!

[www.askmen.com/men/business\\_politics/47\\_silvio\\_berlusconi.html](http://www.askmen.com/men/business_politics/47_silvio_berlusconi.html) - [Similar pages](#)

### [News results for berlusconi](#)



AFP

[Berlusconi vows to resolve Naples rubbish crisis in three years](#) - 15 hours ago

ROME (AFP) — Italian Prime Minister Silvio **Berlusconi** vowed Friday to resolve the long-running rubbish crisis in the southern Naples region within three ...

AFP - [13 related articles »](#)

[Berlusconi accused over media laws](#) - Times Online - [11 related articles »](#)

[Italian government in new push to sell off Alitalia](#) - AFP - [116 related articles »](#)

### [Gianni Vattimo - news - bErLUsoni](#)

L'opuscolo "**Berlusconi**", tradotto in quattro lingue (francese, inglese, spagnolo e tedesco) è stato distribuito da Gianni Vattimo (su domanda del quale il ...

[www.giannivattimo.it/menu/libro\\_berl.html](http://www.giannivattimo.it/menu/libro_berl.html) - 290k - [Cached](#) - [Similar pages](#)

### [Italy | Dear Mr Berlusconi... | Economist.com](#)

TO HIS many other talents, Silvio **Berlusconi** has recently added that of ironist. The Italian prime minister entered the role of president of the European ...

[www.economist.com/opinion/displaystory.cfm?story\\_id=1957150](http://www.economist.com/opinion/displaystory.cfm?story_id=1957150) - [Similar pages](#)

### [Silvio Berlusconi wins third term as Italian PM - Times Online](#)

Silvio **Berlusconi** swept back into power for a third term yesterday, defeating the Centre Left by a wider margin than expected.

[www.timesonline.co.uk/tol/news/world/article3744594.ece](http://www.timesonline.co.uk/tol/news/world/article3744594.ece) - [Similar pages](#)



### [Prime Minister Silvio Berlusconi's Friendly Greeting Video](#)

Looks like Italy is definitely the friendliest. This is Prime ...

28 sec

[www.break.com/index/primeminister.html](http://www.break.com/index/primeminister.html)

Sponsored Links

### [Popolo della Libertà](#)

Leggi gli Articoli di Politica sul

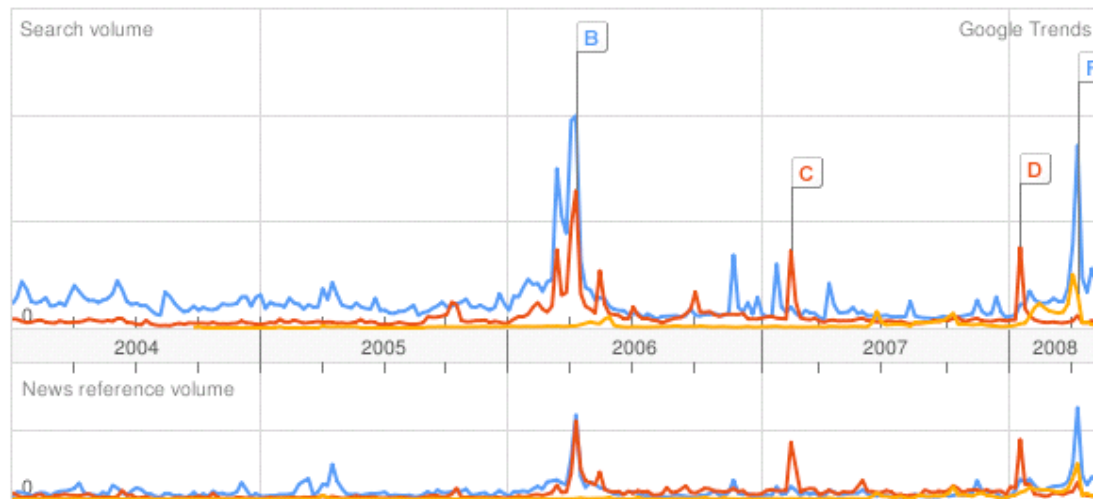
Centro Destra: news e commenti.

[www.loccidentale.it](http://www.loccidentale.it)

# Google definisce l'importanza delle notizie...

## Trend history

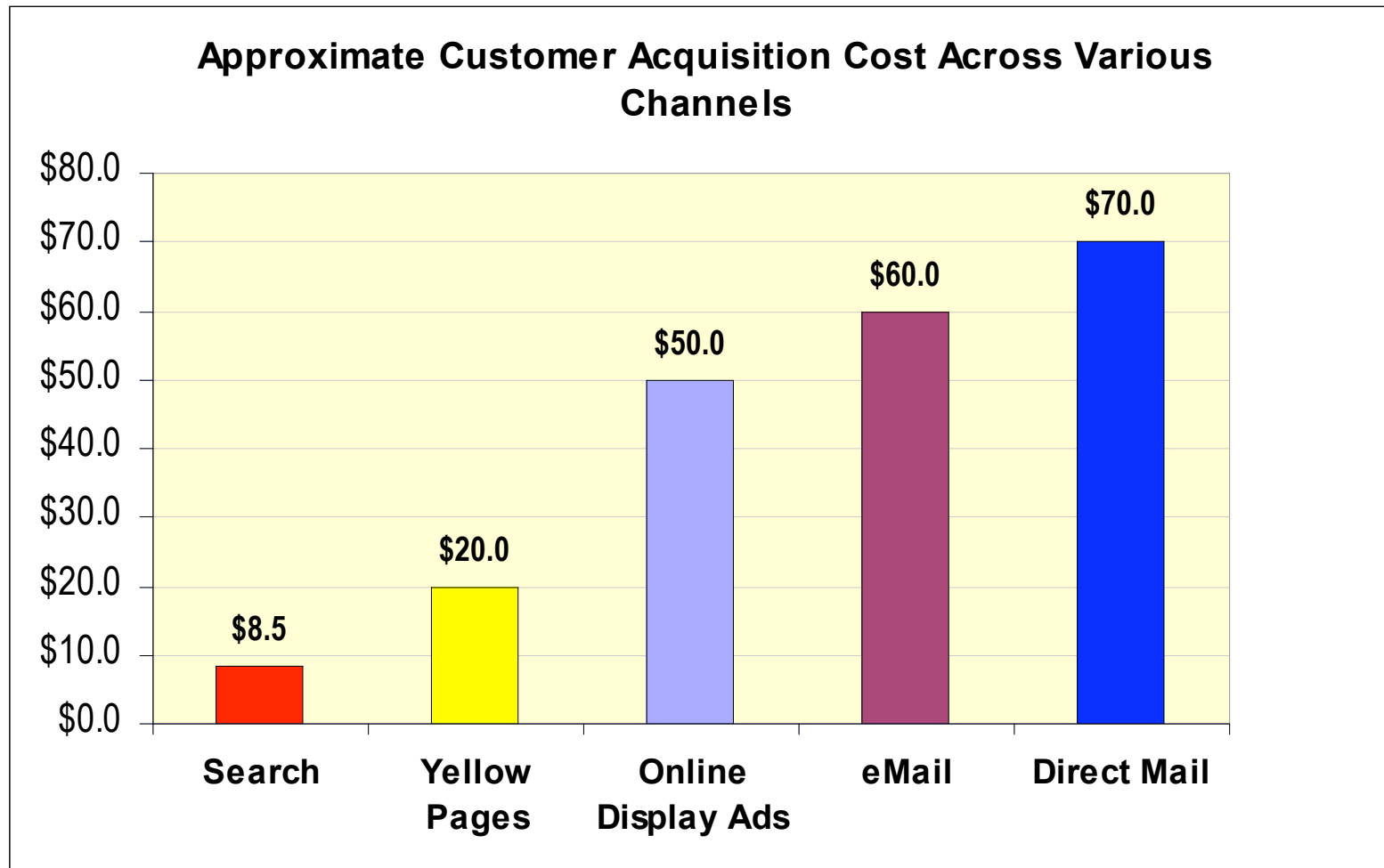
● berlusconi ● prodi ● veltroni



- A [Prodi claims victory in Italy but Prodi disputes](#)  
Radio New Zealand - Apr 11 2006
  - B [Italy's Berlusconi rejects Prodi victory](#)  
Olberlin - Apr 11 2006
  - C [Italian president in crisis talks after Prodi quits](#)  
Swissinfo - Feb 22 2007
  - D [Italy's Prodi resigns after losing Senate vote](#)  
Focus News - Jan 24 2008
  - E [Veltroni concedes defeat to Berlusconi in Italian elections](#)  
WANE - Apr 14 2008
  - F [Silvio Berlusconi](#)  
Yahoo! Italia Notizie - Apr 15 2008
- [More news results »](#)

...e abbatte i costi di marketing

---



## Web 1.0: siti non così innovativi

- I siti del Web1.0 sono simili a merci
  - Il sito viene creato, la sua distribuzione e marketing è di tipo classico
    - Pubblicità sui media tradizionali
    - Alti costi
  - Il modello di business introdotto da Google è diverso
    - Page ranking
    - Adsense
    - Manipolazioni del posizionamento
-

# L'intento prevale sul contenuto

- Prima dell'era del Search: i contenuti attiravano il pubblico (e l'audience)
- Nell'era del Search: il pubblico dichiara il suo intento, i contenuti trovano l'audience
- Nel mondo dei media Web 2.0 l'interesse del pubblico guida i contenuti
- I contenuti si disaggregano
- Nei motori di ricerca si diffonde l'uso delle "risposte a pagamento"

The screenshot shows a Google search interface with the query 'orologi di lusso'. The search results are displayed in a two-column layout. On the left, there are several organic search results, including a sponsored link for 'Orologi lusso' from Gucci.com, and other results from 'orologidilussoA&A', 'Stylosophy', and 'eBay Singapore Shop'. On the right, there are sponsored links for 'Bremont Watches', 'Biggest German Watch Shop', 'Orologi Lusso', 'Swiss Watches', and 'Orologi da Mazzoni Shop'. The page also shows navigation links at the top (Web, Images, Maps, News, Shopping, Gmail, more) and a user profile (patrizio.ciancarini@gmail.com).

## Conversazioni, non interruzioni pubblicitarie

- Il marketing online è definito da un paradigma di conversazioni e permessi di accesso, invece che da interruzioni pubblicitarie e divieti (Gialappa: “chi cambia canale è un’idiota”)
  - Dunque il PR dovrebbe invitare alla conversazione, non richiedere attenzione
  - Il marketing dovrebbe essere offerto come un’opportunità palese di dialogo con un ritorno di valore, e non come un tentativo di persuasione, occulta o meno
-



# Come cambiano i media: l'architettura della partecipazione

- I clienti vengono coinvolti nella creazione di nuovi prodotti, servizi, campagne (es.: Ipod)
- La voce del sito viene inclusa nelle campagne pubblicitarie, aumentando la sensazione di partecipazione alla conversazione
- Anche i voti contrari e le critiche vengono pubblicate: è la risposta dell'azienda che definisce la percezione del brand

The screenshot shows the Sheraton website's 'Share your experience' section. The header includes the Sheraton logo, 'Belong HOTELS & RESORTS', and navigation links like 'Home', 'Prenotazioni', 'Offerte speciali', 'Idee per le vacanze', and 'Starwood Preferred Guest'. A user is logged in as 'Benvenuto nel "vicinato globale"'. The main content area is titled 'Condividete la vostra esperienza' and includes a form for sharing travel stories. The form has fields for 'Paese', 'Provincia', 'Città', and 'Hotel'. Below these are fields for 'Nome', 'Cognome', and 'E-mail'. There is a 'Lingua' dropdown menu and a large text area for the story. A 'Condividere la propria storia' button is visible. The page also features a 'Storia dell'ospite' section with a photo of a resort pool and a list of instructions for sharing stories.

Storia dell'ospite  
1 di 10  
Sheraton Kauai Resort Koloa, Kauai, Hawaii

Swim with sea turtles, sip frozen pina colodas, scuba dive reefs, hobie cat sail in clear blue waters, surf 50+ degree waves in February, smell divinely scented flowered gardens, play tennis at night, swim with the dolphins, hooi naha the

Avete una località preferita?  
Condividere la propria storia

Come funziona

1. INDICARE dove si è stati.
2. CARICARE le foto o i filmati.
3. IMMETTERE le informazioni di contatto: nome, iniziale del cognome e indirizzo e-mail.
4. CONDIVERE la propria storia (nella propria lingua).
5. ACCETTARE i termini.
6. SORRIDERE. Benvenuti nel "vicinato".

Condividete la vostra esperienza

Le vostre storie creano un'immagine perfetta. Le vostre foto comunicano migliaia di parole. E i vostri video esprimono ancora di più. Condivideteli ora e consentite ad altri ospiti Sheraton di provare sulla loro pelle questi ricordi duraturi.

Dove avete viaggiato?

Paese:

Provincia:

Città:

Prima che la storia inizi, dove avete soggiornato con noi?

Hotel:

Caricate la vostra foto o video preferiti. Basta usare il sottostante pulsante storia.

nessun documento caricato

Nome:

Cognome:

E-mail:

Scegliere la lingua per i commenti:

Usare questo spazio per la storia o didascalia.

Accetto i [Termini e condizioni](#) e confermo di aver dato a Starwood il diritto, ma non l'obbligo, di visualizzare le mie fotografie, la mia storia e tutte le informazioni di identificazione personale annesse, su [www.sheraton.com](http://www.sheraton.com).

# L'economia dell'attenzione

- I motori di ricerca guidano l'attenzione del pubblico, e l'attenzione del pubblico guida i motori di ricerca
  - Le conversazioni e i link su Web rappresentano l'attenzione e sono entità misurabili
  - Ogni ricerca è un'opportunità per attrarre un cliente o un lettore
  - Se non fai parte della conversazione, non sei nell'indice dei motori di ricerca
  - Unisciti alla conversazione ammettendo il deep linking, e ponendo attenzione a cosa dicono di te i motori di ricerca
  - Google è un'opportunità, non una minaccia
-

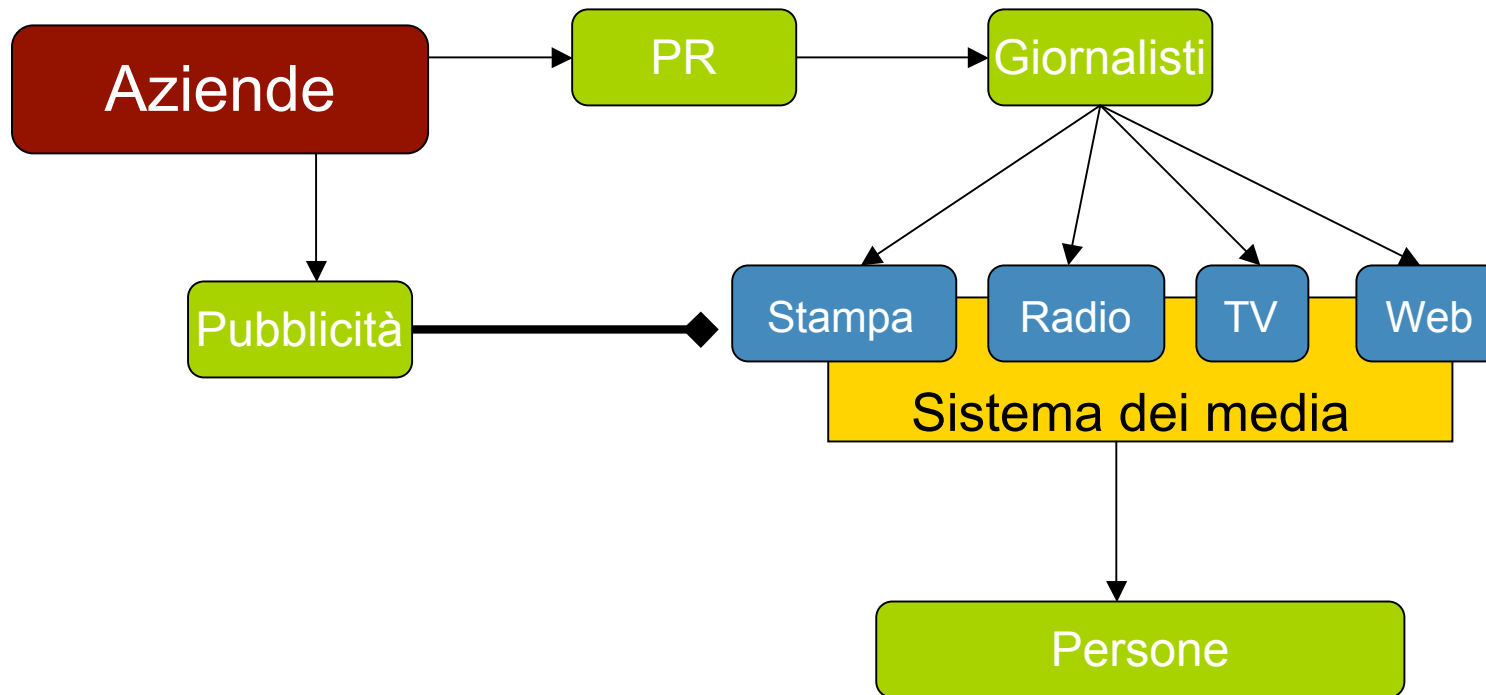
## Marketing 2.0: Attenzione al cliente

- I media non sono più soggetti all'arbitrio dei distributori
  - I nuovi canali di distribuzione non hanno “controllori-padroni”
  - I convogliatori di traffico sono i motori di ricerca
  - Il marketing ne tiene conto, anche perché l'audience Web2.0 è chiaramente misurabile
-

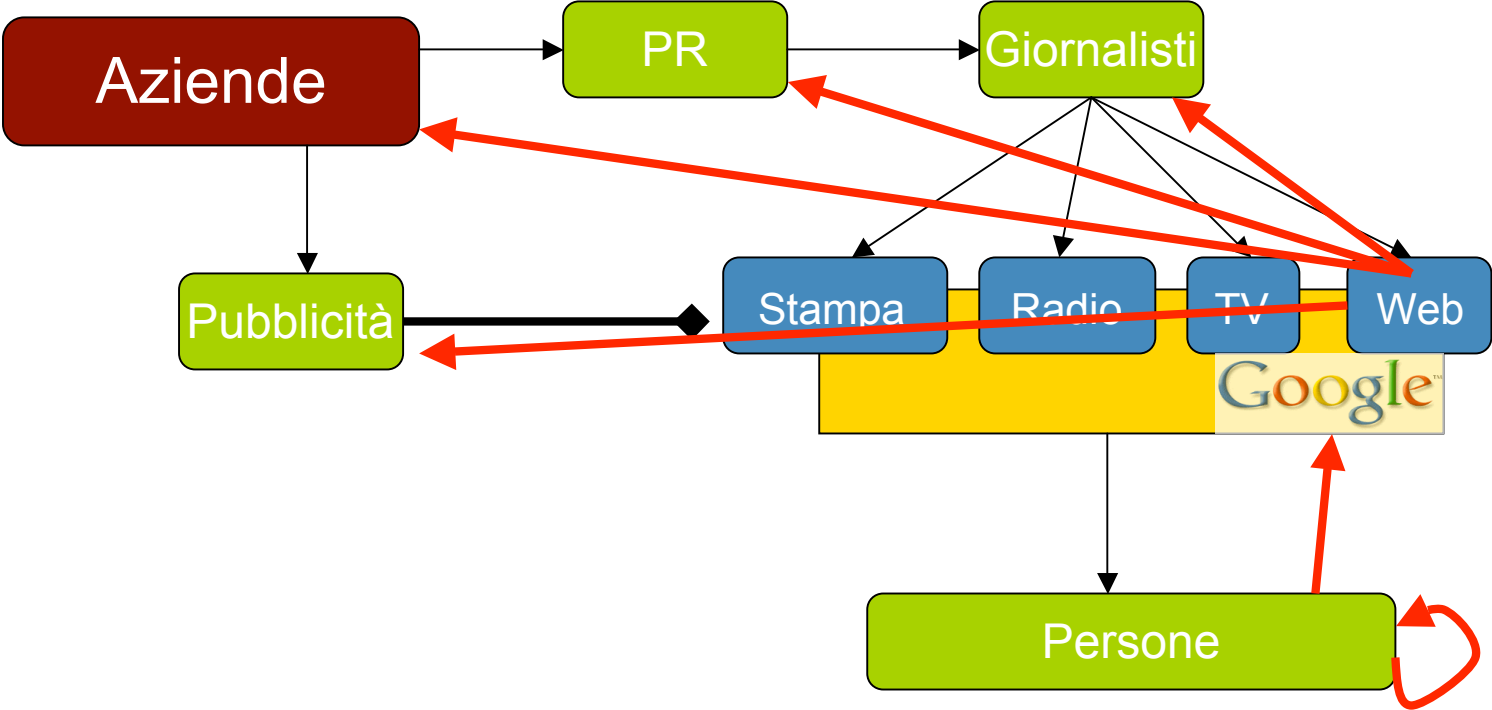
## Una strategia per media sociali

- Stabilire gli obiettivi
  - Costruire una buona squadra redazionale
  - Attribuire le responsabilità
  - Trovare gli “influenzatori”
  - Ascoltare tutti: i buoni, i brutti, i cattivi
  - Partecipare alla conversazione
  - Ascoltare le altre conversazioni
  - Misurare il progresso rispetto agli obiettivi
-

# Le linee del cambiamento



# Le linee del cambiamento



## Conclusioni

- I media tradizionali hanno organizzazioni precise, somigliano a “catene di montaggio”
  - La catena del valore dei media tradizionali è basata sui costi di distribuzione
  - I media sociali sono organizzati a rete, apparentemente caotici e disaggregati
  - La loro catena del valore è basata sull’attenzione e le conversazioni dei “consumatori”
-



## Riferimenti

- Chris Anderson, *La coda lunga: da un mercato di massa ad una massa di mercati*, Codice Edizioni, 2007
  - John Battelle, *Google e gli altri. Come hanno trasformato la nostra cultura e riscritto le regole del business*, Editore Cortina, 2006
  - AA.VV., *Web 2.0*, Edizioni de Il sole 24 ore, 2007
-

## Siti utili

- [www.emarketer.com](http://www.emarketer.com)
  - [www.thelongtail.com](http://www.thelongtail.com)
  - [www.google.com/trends](http://www.google.com/trends)
  - [www.techcrunch.com/2006/08/08/web-20-the-24-minute-documentary](http://www.techcrunch.com/2006/08/08/web-20-the-24-minute-documentary)
-



# L'impatto di Marketing sulle media e Journal Marketing **Grazie per l'attenzione!**

Paolo Ciancarini  
Dipartimento Scienze dell'Informazione  
Università di Bologna

Roma, 4 Giugno 2008



# Domande?

nt="21"> <table align="left" width="157" cellpadding="0" cellspacing="0" border="0" bgcolor="#ffc000"> <tr> <td align="left" colspan="2">  
"http://pics.web2constatic.com/aw/pics/x.gif" width="157" height="2"> </td> <td align="right" rowspan="3" colspan="2"></td> </tr> <tr> <td align="lef  
"http://pics.we b2.0static.com/aw/pics/x.gif" width="2" height="1"></td> <td align="left" width="155"> <font face="arial" size ="2">&nb sp;<  
</font></td> </tr> </table> <td align="left" colspan="2"><img src="http://pics.web2.0static.com/aw/pics/homepage/HPtransCurveNoBot tom22x21.gif" width="157"