



Seneca e il parossismo della coda lunga

Scritto da [Marco Camisani Calzolari](#) 5 April 2007

Si volge ad attendere il futuro solo chi non sa vivere il presente. Seneca

Sono in tour perenne per Aziende, Associazioni, Seminari, Conferenze, Scuole, Università e Imprenditori.

Come un cantautore porto in giro il mio ultimo powerpoint dal titolo "Mondo 2.0, mentre decidi è già cambiato".

Sto raccogliendo feedback di ogni genere, ma l'obiezione più frequente è "Ho visto i numeri dei siti e dei blog italiani, dopotutto deve convenire che sono piuttosto modesti. Quello che dice sarà forse vero tra qualche anno quando gli utenti centuplicheranno...".

Anche se una decina di slides sono dedicate al concetto di nicchie e di coda lunga, sembra che una spessa barriera culturale non mandi immediatamente in circolo quei concetti tra le sinapsi degli interlocutori.

Il nostro sottosviluppato paesello conta circa 20 milioni (molto teorici secondo me) di navigatori in Internet.

Uno stivalone che ha 60 milioni di abitanti.

Un sito che oggi conta 20mila utenti giorno fa sorridere gli imprenditori più noti e i pubblicitari tradizionali, entrambi aspettano che Internet cresca.

L'iperbole dei potenziali utenti vuole che se TUTTI gli italiani improvvisamente navigassero in Rete, il suddetto sito conterebbe teoricamente 60mila utenti al giorno.

Per il pubblicitario e per l'imprenditore non cambierebbe nulla.

Sono loro e i loro modelli che devono cambiare se vogliono sopravvivere all'onda silenziosa della nuova economia digitale.

Non c'è tempo per aspettare. Non c'è nulla da aspettare.

Reader Comments

1

Written by: [wtf](#)

Posted on: 5 April 2007 at 7:21 pm

Tutti aspettano che cresca il numero di navigatori e raggiunga la famosa "massa critica", ma se nessuno lo adotta dove si va?

E poi, il famoso vantaggio del first mover dove sta?

Non piace più?

E pensare che un first mover nella telefonia di terza generazione doveva pagare le licenze umts, un first mover del cellulare gsm doveva pagarsi le antenne.

Qui, l'utenza pensa da sola a pagarsi:



[RSS dei post](#) |



[RSS dei commenti](#) |



[RSS del Live Postroll](#)



[RSS Podcast SpeakageLine](#) |



[English Version](#) |

Information and Links

Join the fray by commenting, tracking what others have to say, or linking to it from your blog.

Information

[April 5th, 2007](#)

[3 Responses](#)

Categories

[Uncategorized](#)

Other Posts

[Mio figlio, 2 anni e 11 mesi e il cultural divide \(Video\)](#)

[E ora tutti a investire sul web!](#)

Feeds and Links

[Comment Feed](#)

[From This Author](#)

[Blog reactions](#)

Write a Comment

Take a moment to comment and tell us what you think. Some basic HTML is allowed for formatting.

Name

connettività

pc

quant'altro

eppure non piace.

Forse non sentono così forte il profumo dei soldi come nella televisione.

O forse non ho capito niente?

2

Written by: Fabrizio Bellavista

Posted on: 6 April 2007 at 5:07 pm

C'è del nuovo nell'aria e nei dati (in allegato)...

Con ancora nelle orecchie il commento di Enrico Finzi, presidente Astra, all'ultima no-multimedial presentazione della consueta ricerca per aziende investitrici in comunicazione – associate UPA, che esordiva così: 'Siamo ad una svolta epocale' e con negli occhi l'intervista di Maurice Levy, Presidente Publicis Group, pubblicata ieri sul IL SOLE 24 ORE che esordisce già nel titolo con: 'Internet mette all'angolo la tv. Inutile il bombardamento televisivo, solo sulla rete comunicazione mirata', mi ritrovo, perplesso, a cercare di capire.

Come mai, mi chiedo, è da un po' di mesi che tutti, sottolineo tutti, i CEO del mondo della comunicazione si lanciano in sifatte teatrali prese di posizione quando ci sono di mezzo sconfinati budgets e la nota impreparazione al nuovo (che ormai nuovo non è più) del mondo della comunicazione? Il masochismo ha contagiato l'adv management mondiale? Prendi i soldi e scappa? Il marketing virale ha colpito dove non doveva?

Mi è venuto in aiuto a questa mia perplessità un libro che sto leggendo in questi giorni 'La donna della luce' di Hernan Huarache Mamani che, per la sua inclinazione al mistico ben poco avrebbe dovuto dire sull'argomento: ma, come spesso accade, le zuccheriere (e molte altre cose) non sono sempre al proprio posto dentro la credenza e, dunque, eccola, la risposta: 'Chi sostiene un potere e non vuole adattarsi al nuovo, ha tutto l'interesse nel generare paura (attraverso notizie, proclami, agiti il più possibilmente negativi) perchè la paura blocca l'animo umano, blocca il cambiamento'.

Quella che c'è in giro nelle alte sfere della comunicazione è una strategia della paura? Proclami apocalittici e nessuna controproposta dei molti strumenti e delle strategie innovative che, ormai (sic!) sono alla portata di mano?

Ma veniamo ai dati (e ai fatti). Dati freschi, freschi...

Il Web 2.0 esiste? E se esiste, quail sono le cifre di questo fenomeno? Risponde uno studio realizzato da Nielsen/NetRatings che per la prima volta ha voluto misurare con dati ufficiali, il Web 2.0 in Italia (dati del mese di gennaio 2007 – panel casa + ufficio), presentato dalla società di ricerca durante il convegno Marketing Reloaded: slogan o vero cambiamento, organizzato dalla School of Management del Politecnico di Milano in collaborazione con Nielsen, Nielsen/NetRatings e Connexia.

A gennaio il 56% dei navigatori italiani, pari a 11 milioni 380 mila persone, hanno visitato almeno una volta i siti del Web 2.0.

Questi utenti mostrano dati di consumo della rete più elevati rispetto alla media (27 ore e 50 minuti contro le 18 ore e 36 minuti della media), in virtù del frenetico bisogno di collegarsi assiduamente alla rete (44 collegamenti mensili contro i 29 della media).

"Le applicazioni Web 2.0 facilitano la distribuzione dei contenuti e la socializzazione – ha dichiarato Daniele Sommovilla, Vice President South Europe di Nielsen/NetRatings – e gli utenti hanno uno stimolo particolare ad affacciarsi alla finestra dell'online con continuità, per aggiornarsi, verificare se qualcuno ha risposto allo stimolo messo in rete precedentemente, condividere un'informazione,

E-mail

Website

Allow comment box to float next to comments.

un parere, un'esperienza".

La classifica delle categorie Web 2.0 più visitate

- Le Communities, con 8 milioni di utenti, sono la categoria più visitata
- I Giants, segue da vicino, e raggruppa i 3 siti che hanno trainato il fenomeno divenendo marchi noti globalmente: Wikipedia, My Space e specialmente YouTube. Questi siti hanno superato i 7 milioni di visitatori a gennaio, con crescita in alcuni casi a 4 cifre nel corso degli ultimi 12 mesi. In comparazione con i principali paesi europei, gli italiani si posizionano al quinto posto con il 37% di utenti sul totale dei navigatori per questi 3 siti.
- I siti di Blog, con 4,4 milioni di utenti si collocano in terza posizione
- Seguiti dai siti che consentono di ricercare, scaricare e proporre alla rete video, con oltre 3 milioni di utenti.

E tanti altri dati ancora....Buona Pasqua, nel senso profondo nel termine (morte-rinascita): la primavera è sbocciata in anticipo quest'anno!

3

Written by: [mktg4nerds](#)

Posted on: 12 April 2007 at 11:47 am

"Un sito che oggi conta 20mila utenti giorno fa sorridere gli imprenditori più noti e i pubblicitari tradizionali"

il bello è che vogliamo 1 mln di visitatori unici al giorno e magari non riusciamo a gestirne decentemente 100...

ho letto il pdf di Somnavilla ... ma sinceramente, ad oggi, dividere web e utenti tra "2.0" e mi sembra un po' semplicistico...

Write a Comment

Take a moment to comment and tell us what you think. Some basic HTML is allowed for formatting.

Name (required)

E-mail (required)

Website

