

9 giugno 2011

Kleis Magazine

web.marketing@kleis.it

INNOVATION CLOUD

L'e-shopping in Italia. Una fotografia, i best case e...

08 GIU 2011 12:32P.M.

Ci interroghiamo spesso sulla penetrazione dello shopping online all'interno delle abitudini dei navigatori Italiani. Molti dati vantano già il successo della spesa online nella sua declinazione "social" o in quella mobile ma prima ancora di provare a rispondere alla domanda: "Gli Italiani comprano o comprerebbero passando per Facebook?" è importante non dare per scontato che lo facciano già in maniera consistente su piattaforme più classiche di e-shopping.



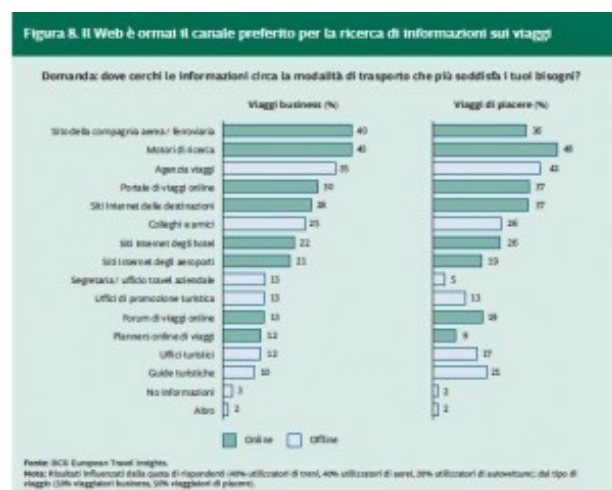
Per ragionare sulle potenzialità quantitative è necessario verificare il numero di navigatori attivi attualmente nel nostro paese. A Febbraio 2011 sono 25,8 milioni (fonte Nielsen, Media Monthly Report, Maggio 2011) di cui 13,2 quelli attivi quotidianamente. Rispetto a 4 anni fa, a crescere non è solo il tempo speso e il numero globale di utenti attivi ma anche l'età media degli stessi a testimoniare un'alfabetizzazione informatica estesa anche alle fasce d'età meno giovani (cresce del 40% rispetto a un anno fa la percentuale degli over 65).

Riassumendo: **più utenti, più tempo speso online, maggior potere d'acquisto grazie all'innalzarsi dell'età media.**

Le condizioni socio-demografiche dunque sono quelle ideali. A queste però deve affiancarsi un'effettiva presa di coscienza culturale circa le possibilità offerte dal web e l'effettivo utilizzo delle stesse al fine d'acquisto (più o meno direttamente). Da una parte ci sono le potenzialità informative che precedono l'acquisto (in generale è il 28% degli italiani a cercare online informazioni sul prodotto prima di acquistarlo comunque in un canale tradizionale, tra le informazioni più cercate quelle relative al settore turistico), dall'altra c'è una crescita degli acquisti online veri e propri. Infine la familiarizzazione con logiche di post vendita. I dati dell'Osservatorio Multicanalità 2010

ci segnalano come diminuisca l'importanza attribuita al rapporto personale con il venditore nel processo d'acquisto e cresca invece la fiducia in acquisti che non presuppongono la presa di visione fisica del prodotto di interesse. In definitiva: anche se **lentamente, la cultura italiana va verso una penetrazione crescente dell'acquisto online come normale modalità di spesa.**

Ma non tutti i mercati sono uguali davanti al web. Se per diversi settori come l'informatica, o l'entertainment, il "tabù" dell'acquisto su internet è stato sfatato già da qualche anno è più recente lo sdoganamento nel mondo digitale made in Italy dei settori alimentare e moda. Nella moda, in particolare, spiccano casi di successo come quelli Yoox Group (8 milioni di visitatori al mese), capofila per la vendita esclusiva attraverso i canali online. Nuovo fenomeno quello dei Buying Group basati sul concetto interpretato in modo più o meno differente e flessibile di "gruppo d'acquisto": GroupOn, Groupalia, LetsBonus qualche nome. In questi casi è l'occasione, il prezzo scontato a fare da volano motivazionale per i consumatori.



Il turismo resta comunque il principale settore che beneficia dell'e-commerce con un giro d'affari di 3,5 miliardi nel 2010. Expedia, Volagratis sono solo alcune delle agenzie di viaggio online che hanno costruito il loro successo sulla tendenza crescente all'acquisto online. (fonte: Report: "Fattore Internet" di Boston Consulting Group).

Dunque: **dopo il turismo e l'informatica anche moda e alimentari sembrano trovare la chiave per inaugurare con successo l'era digital dei rispettivi mercati.**

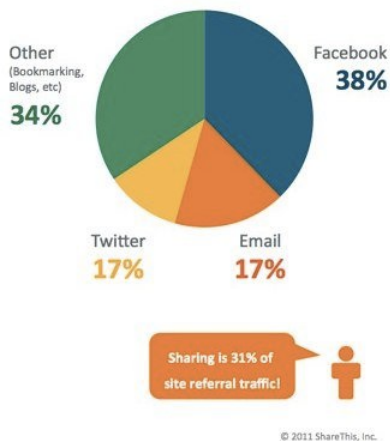
I volumi iniziano ad essere interessanti, la cultura supera alcuni luoghi comuni e ogni settore sta maturando la propria identità online. Con questo bagaglio possiamo tornare al concetto d'apertura e ragionare sull'evoluzione social magari proprio partendo da quelli che sono i settori che hanno fatto da apripista dell'e-commerce e che forse per esperienza accumulata e tipologia di clientela potrebbero o dovrebbero essere i primi a portare in Facebook, Twitter e compagnia il proprio business.

TAGLIABLOG

Facebook e Twitter sono i Re nella condivisione di link

08 GIU 2011 12:03A.M.

CLICKING ON LINKS BY SHARING CHANNEL



ShareThis, in collaborazione con Starcom MediaVest Group (SMG), ha rilasciato nei giorni scorsi un interessante studio sullo sharing, che ha analizzato la bellezza di 7 miliardi di condivisioni, 300 milioni di utenti e 1.000 editori.

Ne è emerso che l'azione di sharing produce circa il 10% delle visite per i siti web, e il 31% del *referral traffic*. Di questo 31% Facebook si mangia ben il 38% della torta, mentre Twitter e email condividono il secondo gradino del podio con un 17% a testa.

Questi dati riguardano i click effettivi, ma se prendiamo i numeri "grezzi" (che includono anche le condivisioni sulle quali non ci sono stati click) la percentuale per Facebook è ancora più alta: il popolare social rappresenta infatti il 56% di tutti i contenuti condivisi (in crescita dal 45% dell'Agosto 2010), seguito dall'email col 15% (in calo dal 34%) e a seguire Twitter all'8% (in calo dal 12%).

E se Facebook guadagna punti percentuali, Twitter resiste bene in termini di click effettivi:

AVERAGE CLICKS



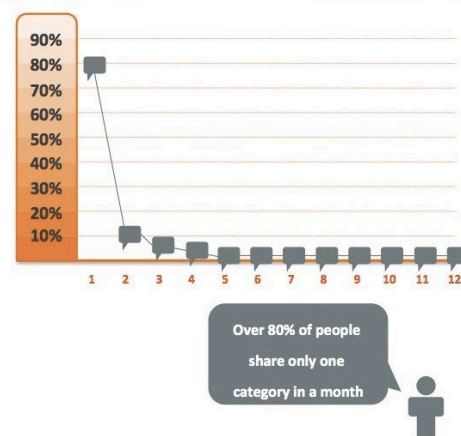
average: 4.8

in media le condivisioni via Twitter ricevono 4,9 click l'una, contro i 4,3 click per Facebook e gli 1,7 click dei link condivisi via email.

Ma la condivisione non è una cosa così virale come qualcuno potrebbe aspettarsi: un link ha ben poche probabilità di essere ricondiviso dal primo giro di contatti al quale è stato inviato. In altre parole, se condivido un link con qualcuno che conosco ci sono buone probabilità che venga cliccato, mentre è molto difficile che il mio contatto condivida a sua volta il link con altri.

Lo studio ha inoltre evidenziato che l'80% delle persone condivide solo una determinata categoria di link e più del 70% clicca sempre e solo su una categoria:

HOW MANY CATEGORIES DO PEOPLE SHARE?



per esempio Facebook è particolarmente forte nei settori dell'entertainment e dello shopping, mentre Twitter e le email sembrano più forti negli ambiti business e salute.

Infine chiudo con un aspetto curioso, ovvero quello della "verticalità" degli *influencer*: in pratica è emerso che, in molti casi, si può essere influenti in 1 o 2 ambiti, e non a tutto tondo. Da ciò ne deriva che non tutti i link che condividiamo hanno la stessa probabilità di essere cliccati/diffusi, ma è meglio specializzarsi in pochi settori ed evitare di cercare di passare per "tuttologi", se puntiamo ad ottenere Like e Retweet.

Liberamente tratto da *ShareThis Study: Facebook Accounts For 38*

Percent Of Sharing Traffic On The Web, di Erick Schonfeld.

Copyright © **TagliaBlog**: puoi ripubblicare i contenuti di questo post solo parzialmente e solo inserendo un link al post originale.



{lang: 'it'}

Post correlati:

- Il traffico sui siti di news: Google vince, Facebook meglio di Twitter
- L'influenza di Facebook e Twitter sul posizionamento in Google
- Matt Cutts conferma: Google usa i dati dei social ai fini del ranking

◆ 5 comments on this item ◆ Twit This!

◆ Share on Facebook

BOOKING BLOG™ - IL BLOG DEL WEB MARKETING TURISTICO

Groupon ed Expedia uniscono le forze: gli hotel sempre più in balia degli intermediari

07 GIU 2011 03:00P.M.



Si chiama **Groupon Getaways** ed è il nuovo servizio di “travel deals” giornalieri offerti da Groupon in partnership con Expedia.

Groupon ed Expedia, aziende leader nei rispettivi settori, hanno chiaramente intuito le enormi potenzialità del binomio **Turismo – Vendite Flash** e stanno cercando di approfittarne per puntare al controllo della sempre più ampia fetta di “bargain hunters”, ovvero gli

utenti sempre a caccia di offerte on-line.

Chi è iscritto ad una delle newsletter di Groupon avrà infatti notato come negli ultimi tempi si siano intensificate le offerte relative a soggiorni, pacchetti e sconti in hotel, mentre Expedia.com già da gennaio sta saggiando le possibilità offerte dalle vendite flash con un nuovo servizio di offerte giornaliere disponibile solo in USA, chiamato ASAP (“A sudden amazing price”).

Il servizio al momento è **attivo solo in USA e Canada**, dove gli utenti sono già stati invitati a iscriversi per ricevere i deal giornalieri, ma già entro la fine di luglio sarà esteso alla Gran Bretagna e presto al resto d'Europa.



Gli sconti del 50% riguarderanno soprattutto gli hotel, ma anche voli aerei, il noleggio auto, crociere, pacchetti e altre attività e divertimenti.

Groupon Getaways: per gli hotel un nuovo canale distributivo con margini bassissimi

Scott Durchslag, presidente di Expedia, ha parlato in termini entusiastici del nuovo servizio, che dovrebbe rappresentare non solo una nuova opportunità per chi è alla ricerca di offerte scontate, ma anche **un vero e proprio nuovo canale distributivo** per tutti gli hotel affiliati.

Ma che cosa comporterà realmente Groupon Getaways per le strutture ricettive che vorranno aderire? **Quali saranno i costi per gli alberghi che volessero accedere al servizio? Ci saranno commissioni aggiuntive da sommarsi a quelle che già si pagano ad Expedia?**

Da un lato gli hotel che parteciperanno all'iniziativa potranno **godere di un'enorme visibilità**, dal momento che Groupon ed Expedia riuniscono oltre 50 milioni di membri solo in USA. In più potranno contare su **pagamenti immediati e in anticipo** su coupon validi per 12 mesi.

Dall'altro, si tratta innegabilmente di un'iniziativa che **incoraggia fortemente il rapporto intermediato con la OTA e una contrazione importante delle tariffe di vendita**.

Per quanto riguarda i costi, Andrew Mason, CEO di Groupon, ha dichiarato che **per i fornitori non cambierà molto: l'hotel guadagnerà sempre il 50% del costo**, mentre il restante 50% sarà diviso tra Groupon e Expedia. **Sono previsti termini specifici, ma non sono ancora stati resi noti.**

Dunque i margini di guadagno saranno davvero molto bassi e i termini specifici potrebbero imporre altre limitazioni e ulteriori svantaggi alle strutture ricettive che accetteranno il servizio. Che ne pensate? Siete disposti a tentare un'offerta su questo nuovo canale?

Fonte: AllThingsD.com

Se vuoi saperne di più su Groupon e i coupon sites, leggi anche:

Groupon: i rischi dietro il modello dei "coupon sites" Coupon sites e vendite flash: forse opportunità, forse minaccia alla disintermediazione

✦ [Email this](#) ✦ [Share on Facebook](#) ✦ [Twit This!](#)

VINCOS BLOG

Facebook Places in Italia: circa 15.000 checkin al giorno

07 GIU 2011 01:06P.M.

A 10 mesi dal lancio americano e ad 8 da quello internazionale è tempo di fare il punto della situazione su Places, il servizio di geolocalizzazione di Facebook, che ha le potenzialità di massificare la pratica del checkin.

Stando alla classifica redatta da SocialBakers, e ricavata dalle informazioni ottenute utilizzando le API di Places, tale pratica sarebbe ancora relegata all'ambito degli early adopter. Ad esempio i 19 milioni di italiani iscritti al social network di Zuck farebbero soltanto 15.000 checkin giornalieri.

USA: circa 750.000 checkin al giorno

UK: circa 80-100.000 checkin al giorno

Germania: circa 40.000 checkin al giorno

Svezia: circa 30.000 checkin al giorno

Italia: circa 15.000 checkin al giorno

Dando un'occhiata ai posti che più ispirano l'utilizzo di Places non sorprende trovare gli aeroporti nazionali, la stazione di Milano (quella di Roma è presente ma il luogo è duplicato e dunque i checkin andrebbero aggregati) e luoghi di ritrovo come Piazza di Spagna o il Duomo.

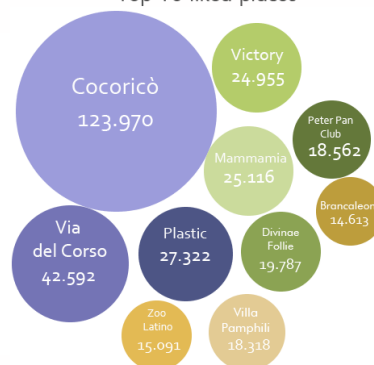
Facebook Places in Italia
Top 10 checkins



Fonte: Facebook Places API - SocialBakers (giugno 2011)
Elaborazione: Vincenzo Cosenza www.vincos.it

Se invece guardiamo il gradimento delle pagine Facebook associate ai luoghi, in cui sono stati fatti almeno 100 checkin, sorprende non ritrovare i meravigliosi angoli della nostra penisola, ma le più famose discoteche italiane, che evidentemente fanno più attività di comunicazione online degli enti culturali e turistici territoriali.

Facebook Places in Italia
Top 10 liked places



Fonte: Facebook Places API - SocialBakers (giugno 2011)
Elaborazione: Vincenzo Cosenza www.vincos.it

Tweet

Potresti apprezzare:

1. Facebook Places disponibile in Italia
2. Places: il nuovo servizio di geolocalizzazione di Facebook
3. Come usare Facebook Places dall'Italia

✦ [Email this](#) ✦ [Add to del.icio.us](#)

✦ [Share on Facebook](#)

IPAD ITALIA - IL BLOG ITALIANO SULL'APPLE IPAD 2 E IPAD

iCloud: tutto quello che c'è da sapere

07 GIU 2011 11:57A.M.

In questo articolo andremo a scoprire in dettaglio tutte le novità, in attesa di prove "sul campo" che andremo ad effettuare nei prossimi giorni.



iCloud

iCloud è un servizio gratuito di sincronizzazione on-the-air, che permette di aggiornare documenti, mail, foto, applicazioni, video, musica, calendari, contatti e tanto altro, con tanto di notifiche push, tra più iDevice e Mac/PC. Il tutto online, senza cioè che l'utente debba fisicamente collegare due o più dispositivi.

Ad esempio, quando compreremo un nuovo iPhone basterà indicare ID e password del nostro account iCloud (che sarà lo stesso che usiamo su iTunes) e automaticamente verranno caricati tutti contenuti che abbiamo precedentemente sincronizzato online.

"Mantenere sincronizzati tutti gli apparecchi ci ha fatto impazzire", ha dichiarato Jobs ieri durante il Worldwide Developers Conference di San Francisco. "Ma abbiamo una grande soluzione per questo problema. Abbiamo intenzione di trasformare il vostro PC in un apparecchio elettronico fra gli altri, creando un vero e proprio hub digitale, il centro della vostra vita digitale. La nuvola".

In pratica, iCloud consente di archiviare in automatico e senza fili tutti i dati, le app e i file dell'utente, da Mac, iPad, iPhone e iPod Touch. Apportando una modifica su uno di questi dispositivi, automaticamente questa verrà aggiornata anche sugli altri. In automatico.

Ma andiamo con ordine e scopriamo i singoli servizi:

- I precedenti servizi **MobileMe** (Contatti, Calendario e Mail) sono stati tutti interamente riprogettati e riscritti per funzionare perfettamente con iCloud. Gli utenti possono condividere calendari con parenti e amici, e l'account Mail push senza pubblicità è ospitato su me.com. La posta in arrivo e le altre caselle vengono aggiornate su tutti i dispositivi iOS e computer

dell'utente.

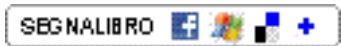
- **App Store e iBookstore** scaricano ora le app iOS e i libri acquistati su tutti i dispositivi dell'utente e non soltanto su quello con cui sono stati acquistati. Inoltre App Store e iBookstore consentono ora di vedere la cronologia degli acquisti e toccando l'icona di iCloud si potranno scaricare app e libri su qualsiasi dispositivo iOS (fino a 10 dispositivi) senza costi aggiuntivi.
- **iCloud Backup** esegue il backup automatico e sicuro dei dispositivi iOS su iCloud ogni giorno via Wi-Fi quando si ricarica l'iPhone, l'iPad o l'iPod touch. I contenuti salvati possono comprendere la musica, le app e i libri acquistati, le foto e i video nel Rullino, le impostazioni del dispositivo e i dati delle app. Se si cambia dispositivo iOS, basta inserire Apple ID e password durante la configurazione e iCloud ripristinerà il nuovo dispositivo.
- **iCloud Storage** archivia in modo perfetto tutti i documenti creati usando le API iCloud Storage, e li trasferisce in automatico a tutti i dispositivi dell'utente. Quando si modifica un documento su qualsiasi dispositivo, iCloud applica automaticamente le modifiche a tutti gli altri. Le applicazioni Pages, Numbers e Keynote di Apple possono già sfruttare i vantaggi di iCloud Storage. Gli utenti hanno a disposizione fino a 5GB di spazio di archiviazione per posta, documenti e backup, spazio sufficiente dato che l'archiviazione per musica, app e libri acquistati da Apple e l'archiviazione richiesta da Photo Stream non rientrano in questi 5GB totali. Gli utenti potranno inoltre comprare ulteriore spazio di archiviazione, ma maggiori info si avranno solo tra qualche mese.
- **Photo Stream di iCloud** carica in automatico le foto scattate o importate su un dispositivo e le trasferisce in wireless su tutti gli altri dispositivi e computer. In questo modo si possono scattare foto con l'iPhone durante una partita e mostrarle agli amici la sera stessa direttamente dall'iPad quando si torna a casa. Photo Stream è integrato nell'app Immagini su tutti i dispositivi iOS, in iPhoto sui Mac e nella cartella Immagini su PC. Per risparmiare spazio, solo le ultime 1000 foto vengono archiviate su ogni dispositivo, così le si può vedere o spostare in un album e conservarle in futuro. Mac e PC archiveranno tutte le foto da Photo Stream, poiché hanno uno spazio maggiore di archiviazione. iCloud archiverà ciascuna foto nella nuvola per 30 giorni, un tempo sufficiente per collegare i propri dispositivi a iCloud e scaricare in automatico gli ultimi scatti da Photo Stream via Wi-Fi.
- **iTunes in the Cloud** consente di scaricare la musica precedentemente acquistata in iTunes su tutti i propri dispositivi iOS senza alcun costo aggiuntivo, mentre i nuovi acquisti possono essere scaricati in automatico su tutti i dispositivi. Inoltre la musica non acquistata da iTunes può usufruire degli stessi vantaggi grazie a **iTunes Match**, un servizio che sostituisce la musica degli utenti con una versione AAC DRM-free a 256kbps laddove sia possibile abbinarla agli oltre 18 milioni di brani nell'iTunes Store: la musica così abbinata è disponibile in pochi minuti (rispetto alle settimane

necessarie per caricare un'intera libreria musicale), e carica solo la piccola percentuale di musica rimasta senza equivalente.

iTunes Match sarà disponibile in autunno a un costo annuale di \$24.99. Apple mette a disposizione sin d'ora una versione beta gratuita di iTunes in the Cloud, senza iTunes Match, per utenti iPhone, iPad e iPod touch con iOS 4.3. iTunes in the Cloud supporterà tutti gli iPhone supportati da iOS 5, disponibile in autunno.

La versione **beta di iCloud e le API Cloud Storage** sono disponibili immediatamente per gli sviluppatori. iCloud sarà disponibile in autunno insieme a iOS 5. Gli utenti potranno abilitare un account iCloud sfruttando l'ID Apple già in possesso e l'iscrizione può essere fatta su iPhone, iPad, Mac, PC o iPod Touch. iCloud include 5GB di spazio di archiviazione cloud gratuito per e-mail, documenti e backup. La musica, le app e i libri acquistati, oltre a Photo Stream, non rientrano in questo limite di archiviazione. iTunes Match sarà disponibile a \$24.99 l'anno (solo negli Stati Uniti per il momento).

[via]

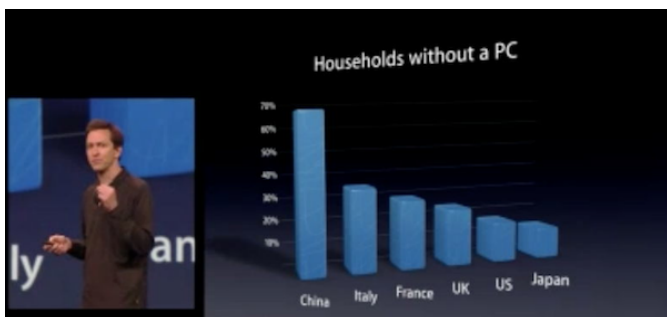


IL POST

Apple, l'Italia e la nuvola

07 GIU 2011 10:48A.M.

Tralascio le molte cose interessanti presentate da Apple al WWDC di ieri per citarvi le due che mi hanno maggiormente colpito. La prima è questa slide.



Racconta, con ottimistica approssimazione (in realtà le case degli italiani senza un PC sono ben più del 30 per cento circa indicato dal grafico), di un ritardo tecnologico noto di questo Paese che dovrebbe preoccuparci. Paradossalmente ora, con iCloud e con i sistemi di cloud computing analoghi che un po' tutti stanno mettendo in piedi, il centro del nostro universo collegato, l'armadio dei nostri contenuti digitali, non sarà più l'hard disk del computer casalingo ma il nostro

spazio sulla nuvola.

E sono pronto a scommettere che fin da domani qualcuno riuscirà a leggere il ritardo tecnologico contenuto in questa slide come una nuova opportunità per risollevare le nostre tristi sorti: visto che acquistiamo smartphone e tablet e che questi da oggi potranno egregiamente essere considerati terminali di rete, il ritardo legato ai pochi PC nelle case sarà destinato ad annullarsi. Sono stupidaggini, lo disse già l'indimenticato Ministro delle Comunicazioni Salvatore Cardinale un decennio fa, quando ci informò che l'annoso ritardo di accesso a Internet di questo Paese sarebbe stato colmato dal grande successo di vendita dei videofonini. Non accadde allora e non accadrà oggi: i computer, sulle scrivanie delle nostre case, resteranno ancora per molto tempo un presidio indispensabile alla crescita culturale legata alle nuove tecnologie ed a Internet.

Il secondo aspetto di cui vi volevo dire è in realtà una mia personale delusione, alimentata dalle mille voci che, come sempre, si sono rincorse nei giorni precedenti all'evento. Apple non ha messo in piedi, di concerto con le major del disco, nessun sistema musicale nella nuvola basato sullo streaming e su tariffe di accesso flat. Non ha insomma ripetuto l'esperienza fatta ai tempi dell'apertura di iTunes Music Store, proponendo scelte per quei tempi rivoluzionarie, nuove tariffe per nuovi formati, la forzatura di un sistema che era bloccato da un lato dalla paura dell'industria discografica, dall'altro dalla pirateria dilagante.

Sono passati otto anni da allora e i tempi ed i contesti tecnologici sono cambiati moltissimo. L'industria discografica continua ad essere in discreta confusione, la pirateria è ancora oggi la forma di approvvigionamento più utilizzata per la musica online. Ci sarebbe stato bisogno di un ulteriore nuovo sforzo immaginifico: esperienze come quella di Spotify o di Pandora indicano quali siano i percorsi possibili. Al sistema musicale mancava però, ancora una volta, il traino di un grande soggetto capace di forzare i cordoni dell'ovvio e di far valere il proprio peso con l'industria discografica. Al momento né Amazon né Google sembrano in grado di farlo. Da ieri sappiamo che, per qualche ragione, nemmeno Apple ha intenzione di esporsi in tale direzione. Che si tratti di una scelta aziendale o della conseguenza di una rigidità delle major (da sempre allergiche ai sistemi di streaming) non è dato saperlo. Di sicuro iTunes on the cloud è per ora un semplice adeguamento tecnologico dell'ambiente musicale Apple (con annesso condono musicale di iTunes Match riservato per ora e chissà per quanto alla sola clientela americana) alla logica della nuvola.

ONEWEB20

YouTube, licenza di Creative Commons

07 GIU 2011 10:30A.M.

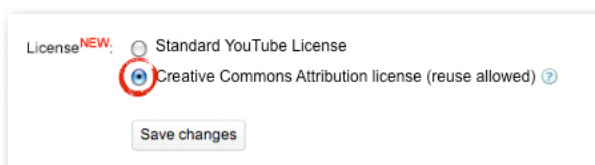
Una interessante novità nell'editor di **YouTube**: d'ora in avanti sarà possibile importare video con licenza **Creative Commons**. Si rompe così il tabù della paternità dei video che postiamo sul sito, ora si potrà anche esplicitare che i diritti non sono nostri ma che possiamo comunque pubblicarli.

La novità si chiama Licenza CC-BY ed è stata pensata per questo genere di utilizzo, che in pratica fa per i video quello che molti servizi online di immagini già fanno, cioè fornire una licenza gratuita in cambio della **citazione della fonte**.

Il sistema è semplice, basta visitare YouTube/editor e cliccare sul simbolo "CC" in alto a sinistra: il menù apre una tendina con i video a licenza gratuita disponibili sul sito. In questo momento sono circa **diecimila**, frutto della collaborazione con Voice of America, PublicResource.org, C-SPAN e Al Jazeera.

Una volta scelto il video, montato e creato il proprio, si noterà come il risultato mostrerà automaticamente il titolo o i titoli dei video sorgente (il cosiddetto "**link di attribuzione**"). Niente loghi sovrapposti, quindi, ma un particolare che verrà visualizzato nella categoria "altro" del video.

La ricerca del materiale che potrebbe interessare il videomaker non si ferma qui: molto presto il database di YouTube, per la stessa logica, si arricchirà di molti altri video, caricati dagli stessi utenti che saranno interessati a concedere il riutilizzo secondo la licenza **Creative Commons**. Basterà marcare il proprio lavoro con la licenza CC invece di quella standard.



◆ [Condividi su Facebook](#) ◆ [Ricevi via e-mail](#)

IL POST

Le tre novità di Apple

07 GIU 2011 08:38A.M.

Alle 19 italiane di lunedì Steve Jobs e gli altri responsabili di Apple hanno tenuto una delle tradizionali presentazioni-show delle novità dell'azienda, nel corso della convention WWDC al Moscone Center di San Francisco. Ecco la lista più sintetica possibile delle notizie, tutte riguardanti il software (nessun apparecchio nuovo, a questo giro) e i video che rendono più chiaro il tutto.



1. Il nuovo sistema operativo Mac OS X, "Lion"

- "250 nuove" caratteristiche, di cui ne sono state mostrate una decina.
- Esaltazione delle funzioni "touch" sulla trackpad dei computer: ogni funzione attivabile con le dita sulla trackpad, con "le barre laterali che diverranno obsolete"
- "Launchpad" e "Mission control", nuove funzioni di scrivania per accedere alle applicazioni più efficacemente e in modo simile a quello di iPad
- Una serie di nuove funzioni volte a salvare, mantenere e conservare documenti e applicazioni in uso
- Sarà in vendita a 29,99 dollari a luglio sullo App Store

2. Il nuovo sistema operativo mobile iOS

- Molte ("200") piccole novità e una gestione più veloce e semplice di tutte le applicazioni e le funzioni. Superata l'idea che iPad rischiasse di rubare mercato ai laptop: "oggi potete comprare un iPad o un iPhone senza possedere un computer". Ovvero non c'è più bisogno di attivarli connettendoli a un Mac o un PC. iOS 5 arriva ad autunno.
- Nuovo servizio di notifiche visive di nuovi messaggi e altre

informazioni in testa allo schermo

- Possibilità di accesso immediato alla macchina fotografica e di ritocco delle foto
- Maggiore duttilità di Safari per consentire una navigazione – in piccolo – soddisfacente quanto quella su uno schermo maggiore
- Integrazione di Twitter in tutte le applicazioni adeguate

3. La funzione iCloud

Arriva ad autunno la famosa “nuvola”, ovvero la possibilità di sincronizzare e conservare files e documenti online da tutti i dispositivi. L'ha presentata personalmente Steve Jobs. Permette di scaricare immediatamente ciò che si compra sullo App Store su tutti i propri apparecchi, e di tenerli sincronizzati in tempo reale automaticamente. Potrà gestire online tutta la propria musica senza uploadarla ma facendo accedere al database online di Apple. Il servizio “iTunes in the Cloud” costerà 24 dollari e 99 all'anno (iCloud è gratuito).

TAGLIABLOG

Google compra PostRank: in arrivo la Social Analytics?

07 GIU 2011 12:02A.M.



A poche ore dal lancio ufficiale del bottone +1 Google fa un'altra mossa strategica nella direzione dei social, annunciando l'acquisizione di PostRank.

Credo fermamente che i 2 eventi (+1 e PostRank) siano strettamente correlati e si muovano in un'unica direzione: quella di ottenere il maggior numero di “segnali sociali” da poter utilizzare per migliorare da un lato la qualità dei risultati del motore di ricerca, e dall'altro la quantità di fattori mostrabili all'interno di Google Analytics.

Sappiamo bene che Google ha più volte ammesso di utilizzare i dati di alcuni social ai fini del ranking, e con queste 2 mosse assisteremo probabilmente ad una ulteriore accelerazione dell'influenza di Twitter, Delicious ed di un'altra quindicina di servizi all'interno delle SERP di Google.

Nel video di presentazione di PostRank

una delle parole più usate è *engagement*, e credo che questo termine entrerà presto a far parte del vocabolario di Google: se per il freddo search engine da sempre basato su asettici algoritmi si tratterà di una bella rivoluzione, lo stesso si potrà dire per quei webmaster che ancora non si sono resi conto dell'importanza e del ruolo che i “fattori sociali” rivestono all'interno del più importante motore di ricerca del web, e che dovranno necessariamente adeguarsi se non vorranno veder perdere posizioni nelle SERP.

In altre parole penso che, a parità dei tradizionali fattori SEO (on-page e off-page), un contenuto che riceve qualche Like, Retweet e/o +1 si possa posizionare meglio sul motore rispetto al contenuto che riceve “solo” dei link. E penso anche che l'acquisizione di PostRank accrescerà ulteriormente il valore e il peso che Google imputerà alle varie interazioni sociali.

Se poi il tutto si potrà monitorare dalla dashboard di Google Analytics, tanto meglio... non credi?

Copyright © **TagliaBlog**: puoi ripubblicare i contenuti di questo post solo parzialmente e solo inserendo un link al post originale.



{lang: 'it'}

Post correlati:

- Lavoro poco? Tutta colpa di Internet (e dei Social)
- Perché NON assumere un Social Media Expert
- Usare Google Analytics per il Link Building

◆ 5 comments on this item ◆ Twit This!

◆ Share on Facebook

IPAD ITALIA - IL BLOG ITALIANO SULL'APPLE IPAD 2 E IPAD

iTunes Match: lo streaming musicale di Apple disponibile anche su iOS

06 GIU 2011 11:42P.M.

iTunes Match è forse il servizio che tutti gli utenti si aspettavano. Apple, infatti, non ha semplicemente messo in piedi un semplice sistema di sincronizzazione e condivisione di documenti e simili, ma ha integrato tale sistemi in Mac OS X Lion e nella nuova versione di iOS.



Leggendo i vari commenti sul possibile servizio iCloud da parte di Apple negli articoli proposti nei giorni passati, in molti si sono dimostrati scettici a riguardo, soprattutto per quanto riguarda l'utilità di un servizio simile e la sua eventuale comodità di utilizzo.

Apple probabilmente era altrettanto scettica a riguardo e quindi ha plasmato tale servizio a modo suo, rendendolo, a parer mio, parte integrante ed indispensabile di ogni sistema Mac e iOS.

Apple ha il grande vantaggio di aver già disponibili sui propri server una grande quantità di brani musicali derivanti dall' iTunes Store. La funzione "Match" di iTunes sfrutta proprio tale fattore: la vostra libreria, infatti, verrà analizzata da iTunes e tutti i brani (sia quelli acquistati su iTunes Store che quelli acquisiti in altro modo – ad esempio da CD) già presenti nel catalogo Apple verranno immediatamente resi disponibili sul vostro account iCloud senza bisogno di alcun upload. Per i brani non presenti sul catalogo di iTunes, invece, verrà eseguito il classico upload.

Il costo di questo servizio è davvero competitivo; si parla, infatti, di appena 25 \$ annui contro i 200 \$ richiesti da Amazon per l'archiviazione di 20.000 canzoni o 50 \$ per 5.000 (sempre che abbiate il tempo di attendere il loro upload!!).

There's iCloud. And then there's everything else.

If music is your thing and you have the collection to prove it, iCloud is the easiest, most affordable way to store and access all your music.

	Apple	Amazon	Google
Library in the cloud	Scan and Match ³ (minutes)	Upload ⁴ (weeks)	Upload ⁴ (weeks)
Music app for Mac and PC	iTunes	Web	Web
Upgrade to 256-Kbps AAC ⁵	✓		
Annual price for 5,000 songs	\$24.99	\$50.00	\$???
Annual price for 20,000 songs	\$24.99	\$200.00	\$???

Grande comodità, quindi, soprattutto se si pensa al tempo risparmiato in fase di upload, alle inesistenti problematiche di spazio di archiviazione ed al rapido tempo di scansione della libreria di iTunes che, come assicura Steve, richiederà al più qualche minuto.

Tutti i contenuti in streaming saranno disponibili con un bitrate di 256 Kbps, anche se la versione originale presente sul vostro sistema dovesse avere un bitrate inferiore.

Non ci resta che attendere di provare con mano questo interessante servizio, che sarà disponibile a breve, in seguito al rilascio di Lion ed iOS 5.

Nell'attesa ... che ne pensate? Utilizzerete tale servizio?



Mandalo via e-mail

SEGNALIBRO

DOWNLOADBLOG.IT

Trovare lavoro con LinkedIn

06 GIU 2011 04:30P.M.



E' davvero possibile trovare lavoro con LinkedIn? Nonostante sia iscritto da anni, non sono mai riuscito a ricavare niente di particolarmente interessante, se non tenere i contatti con gli ex colleghi. E' anche vero che non mi sono mai impegnato più di tanto ad

elaborare il mio profilo. Su FastCompany hanno pubblicato alcuni piccoli consigli. Vediamo insieme se possono essere d'aiuto.

Il primo è quello di utilizzare Signal per scoprire notizie ed informazioni. E' possibile controllare gli aggiornamenti dei contatti fino al terzo livello, filtrandoli per tipo di industria, località, scuola o università, gruppi e livello di esperienza. Potrebbe essere interessante, se non che la maggior parte dei miei contatti importa contenuti da Twitter: questo significa che c'è dentro un po' di tutto, dalle ricette di cucina agli strali contro il politico del momento.

Esportare i contatti: è possibile farlo da Connections. Anche in questo caso è possibile filtrare i contatti che più ci interessano. In fondo alla pagina c'è un link "Export connections" dal quale possiamo effettuare una scelta sul formato del file esportato.

Creare un CV. Questa mi sembra una delle funzioni più utili, che non conoscevo. Il Resume Builder produce un curriculum in base ai dati che avete inserito, e che ovviamente volete siano pubblicati. Ci sono diversi modelli tra i quali scegliere, e devo ammettere che alcuni sono realizzati davvero bene. E' possibile salvare il proprio CV, condividerlo sui social network oppure esportarlo in PDF. Il tutto gratuitamente.

I Gruppi. LinkedIn è un social network, per questo sono attivi gruppi di ogni genere. Alcuni di questi sono molto tecnici riguardanti la propria professione, altri sono più un passatempo. Anche in questo caso è necessario fare attenzione a quali gruppi seguire, per non farsi prendere la mano e perdere tempo prezioso. Su come funzionano i gruppi, c'è un tutorial video.

Ultimo consiglio, è quello di creare una url personale. Basta andare su "Edit Profile", cliccare su "Public Profile" in basso a sinistra. Sarà possibile a questo punto creare un indirizzo personalizzato.

Come avevo accennato inizialmente, si tratta di piccoli consigli, tra i quali quello della creazione istantanea del CV mi sembra il più utile. Avete provato anche voi altre funzionalità, o avete suggerimenti che volete condividere?

Foto | Nan Palmero

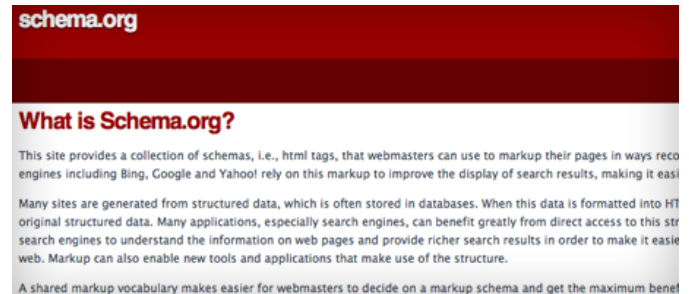
Trovare lavoro con LinkedIn é stato pubblicato su Downloadblog.it alle 16:30 di lunedì 06 giugno 2011.

◆ Email this ◆ Segnala su Facebook

IL POST

Google, Bing e Yahoo si mettono d'accordo

06 GIU 2011 02:10P.M.



Google, Bing e Yahoo hanno avviato un progetto in comune per rendere più semplice la vita a chi gestisce i siti web e vuole essere sicuro che i motori di ricerca trovino facilmente i propri contenuti. L'iniziativa si chiama didascalicamente Schema e offre risorse e consigli per migliorare le pagine, aggiungendo gli elementi (ovvero i "tag") necessari per rendere più accurati i risultati dei motori di ricerca.

I vantaggi di avere regole chiare e in comune sono molti, come spiegano su Schema.org.

Molti siti web sono formati da dati strutturati, che solitamente sono conservati in elenchi di dati (database). Quando questi dati vengono tradotti in HTML, diventa molto difficile recuperare la struttura originale di queste informazioni. Molte applicazioni, specialmente i motori di ricerca, possono trarre molti vantaggi quando riescono ad accedere direttamente ai dati strutturati.

Inserendo alcuni specifici tag in HTML, il codice che consente ai browser di visualizzare le pagine del web come quella che state leggendo ora, chi gestisce i siti web può rendere più semplice l'analisi del proprio sito da parte dei motori di ricerca. Questi periodicamente analizzano i siti web per inserire nei loro indici le nuove pagine che sono state pubblicate, rendendole così visibili negli elenchi dei risultati. Se ricevono istruzioni più precise su dove guardare e su cosa corrisponde a cosa (immagini, video, testo, altri contenuti) dai tag, possono indicizzare meglio i siti e dare risultati più precisi a chi compie le ricerche online.

I tre più grandi motori di ricerca della Rete avevano fatto già qualcosa di analogo a Schema.org nel 2006, quando avevano deciso di creare il sito sitemaps.org. L'iniziativa era nata per dare linee guida comuni sulla creazione delle sitemap, ovvero gli elenchi dei contenuti che ogni sito web propone ai motori di ricerca per segnalare i nuovi contenuti pubblicati.

DOWNLOADBLOG.IT

AmazonLocal, la soluzione di Amazon per le promozioni sugli acquisti

06 GIU 2011 08:00A.M.



AmazonLocal è il nuovo portale di Amazon per l'offerta di promozioni sugli acquisti. Come Groupon, la società leader nel settore, propone sconti su prodotti e servizi erogati su base cittadina: per il momento è disponibile soltanto a Boise, in Idaho. Amazon è presente in Italia, perciò AmazonLocal potrebbe arrivare nel nostro Paese.

Poiché limitato a una sola cittadina degli Stati Uniti, i dettagli su AmazonLocal sono ancora pochi: la presentazione cita la disponibilità di offerte su ristoranti, SPA e altri negozi. AmazonLocal offre dei coupon prepagati coi quali presentarsi dagli esercenti e associa un determinato punteggio a ogni acquisto effettuato in rete.

Il vantaggio di Amazon, rispetto a Google o Facebook, è il fatto di essere soprattutto un portale di *e-commerce*. Groupon ha acquisito CityDeals, una società equivalente, per raggiungere l'Europa: AmazonLocal non ne avrebbe bisogno. Eppure Amazon non propone sconti sui propri prodotti con AmazonLocal. Sarebbe interessante in Italia.

Via | ZDNet

AmazonLocal, la soluzione di Amazon per le promozioni sugli acquisti è stato pubblicato su Downloadblog.it alle 08:00 di lunedì 06 giugno 2011.

◆ Email this ◆ Segnala su Facebook

IPAD ITALIA - IL BLOG ITALIANO SULL'APPLE IPAD 2 E IPAD

Su StatCounter una miniera di informazioni e statistiche a disposizione di tutti

05 GIU 2011 11:02A.M.

Il sito che vi vogliamo segnalare farà la gioia dei patiti di statistiche, siano essi semplici appassionati, curiosi, o professionisti come blogger e giornalisti; si tratta di StatCounter.com e mette a nostra disposizione, sotto forma di statistiche e grafici, davvero una gran mole di informazioni.

Questo grafico per esempio rappresenta l'utilizzo dei vari Browser per *devices* mobili e la sua variazione nel periodo compreso tra maggio 2010 e maggio 2011; si vede come a farla da padrone sia Opera (con il 21,8% ma in evidente calo) e alle sue spalle si collocano safari per iPhone e quindi il browser di Nokia (sostanzialmente stazionari) con un Android in crescita vertiginosa (da 6,3% a 17,1% in un anno!). Ma in realtà se sommiamo i risultati si iPhone e iPod Touch raggiungiamo un 24% circa sufficiente a collocare il browser mobile di Apple al di sopra di tutti i concorrenti.

Questo però è quello che succede a livello mondiale, ma che succede in Europa? Lo posso scoprire molto semplicemente:

La soma di iPhone ed iPod Touch raggiunge quasi il 45%; resiste il browser di RIM per i Blackberry, cresce anche qui vertiginosamente Android e tutto il resto, che peraltro già a maggio 2010 si doveva accontentare delle briciole, cala inesorabilmente.

Per completare l'opera non ci resta che guardare l'Italia:

In casa nostra quello che salta all'occhio è il dominio nettissimo di iOS, la solita crescita di Android ed il lento declino di Nokia.

Ma quanto vi abbiamo mostrato sin qui non è che un esempio; moltissimi sono infatti i settori analizzabili su StatCounter.com; si va dai sistemi operativi (per PC e per *mobile*), ai motori di ricerca, ai browser e molto altro ancora. In seconda battuta possiamo anche scegliere il contesto geografico su cui centrare la nostra ricerca, e allora si potrà scegliere tra dati mondiali, oppure suddivisi per macro-regioni (Asia, Africa, Europa, Oceania, America del Sud, America del Nord ed Antartide) o ancora avere dei dati centrati su un singolo paese.

Insomma un sito davvero ricco di informazioni interessanti e probabilmente per qualcuno anche utili.

Se volete vedere qualche altra statistica potete anche leggere questo articolo di SlideToMac oppure collegarvi direttamente con StatCounter.com a questo link e fare la ricerca che preferite. Non ci resta che augurarvi buona lettura; e fateci sapere se scovate qualche curiosità degna di nota.



GOOGLE ANALYTICS IN 30 SECONDI

Google compra PostRank Analytics

05 GIU 2011 12:15A.M.



Notizia di ieri, **Google ha comprato Postrank**, una startup nata nel 2007 che si occupa di analisi del buzz, o più in generale di monitoraggio nei social media. La notizia è già interessante di per sé, perché avviene pochi giorni dopo il lancio del bottone +1 e sembra quindi confermare che esso sarà un fattore abbastanza importante nelle analisi che il motore farà dei contenuti “che piacciono”. Una delle cose che Postrank sa fare meglio, infatti, è quella di **filtrare e aggregare contenuti** in base al gradimento che essi hanno presso gli utenti: da tempo è disponibile un plugin per Firefox e Chrome in grado di interagire con Google Reader e scremare lunghi elenchi di feed rss in modo da far emergere le notizie più importanti. Ne ha parlato non molto tempo fa Enrico Altavilla.

Se la cosa finisse qua probabilmente non troverebbe tutto questo spazio su questo blog, e infatti la cosa che a noi patiti di Google Analytics fa drizzare le orecchie è un'altra delle cose che Postrank fa: cioè Postrank Analytics, un sistema che sulla carta promette di tracciare il “social engagement” da più di 20 dei principali social network. Purtroppo non l'ho mai provato (se qualcuno ha accesso alla beta può integrare nei commenti), ma gli screenshot sembrano abbastanza eloquenti: per ogni “azione” effettuabile sui diversi social network – che sia ripubblicare un feed su tumblr o lasciare un commento su firendfeed – il sistema calcola dei “punti” di engagement ed è quindi in grado di mettere in ordine i nostri articoli per “grado di coinvolgimento” dei lettori.

La cosa si integrerebbe già così alla perfezione con Google Analytics (che ha sempre richiesto una mole di lavoro mica male per tenere traccia degli aspetti social), ma se pensiamo un attimo a quanto visto nell'anteprima delle conversioni multichannel, e cioè al fatto che lì sarà possibile definire un raggruppamento di sorgenti definite **SOCIAL**, allora la faccenda diventa terribilmente di impatto. Per completare il tutto bisogna dare ancora uno sguardo allo screenshot dell'applicazione presente sulla pagina <https://analytics.postrank.com/>. C'è un valore in dollari sotto alla scritta GOALS & VALUE, e subito dopo c'è scritto ENGAGEMENT

VALUE. A me ricorda da vicino qualcosa, a voi? 😊

Ti piacerebbe analizzare cosa fanno gli utenti mentre guardano i video sul tuo sito? scarica il videotracker di goanalytics.info. E' facile e veloce!

Articoli collegati:

- Raggruppare i social network
- Google Analytics Social media metrics plugin
- Il 2009 di Google Analytics
- Un Google Analytics migliore?
- Analytix app per Android

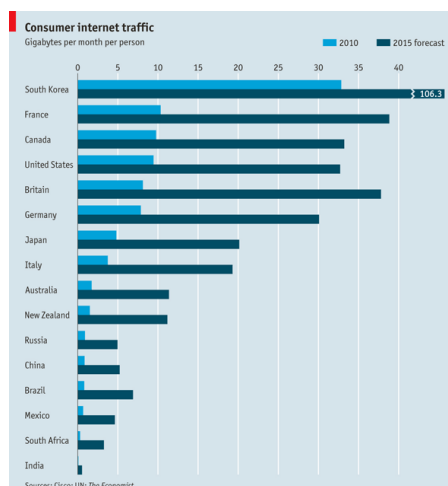
IL POST

Il traffico su Internet

04 GIU 2011 10:27A.M.

Ottenere informazioni precise sulla quantità di traffico generata nei vari paesi del mondo su Internet non è semplice. Ci sono molte variabili da considerare e tecnicamente occorrono molte risorse per misurare quanti dati vengono scaricati e caricati dagli utenti. Uno dei rapporti più affidabili sul traffico online viene pubblicato periodicamente dalla società informatica Cisco.

Stando ai risultati del rapporto, entro il 2015 il traffico su Internet sarà il quadruplo rispetto a oggi e arriverà a toccare gli 80,5 exabyte al mese (ogni exabyte equivale a un miliardo di gigabyte). In quell'anno, spiegano sull'*Economist* con il grafico riprodotto qui sotto, per la prima volta i paesi asiatici genereranno più traffico online rispetto al Nord America: 24,1 exabyte contro 22,3. La Corea del Sud è e sarà il paese che creerà più traffico, seguito dalla Francia e dal Canada. L'Italia attualmente non crea molto traffico, meno di cinque gigabyte per persona al mese, ma entro il 2015 dovrebbe arrivare a quasi 20 gigabyte per utente.



IL POST

Groupon si quota in Borsa

03 GIU 2011 04:28P.M.

Il sito web per le offerte commerciali Groupon ha presentato la documentazione necessaria per effettuare un'offerta pubblica iniziale (IPO) ed essere quotato in Borsa. La richiesta è stata presentata alla Securities and Exchange Commission (SEC), l'ente statunitense che si occupa di vigilare sulla borsa valori, e costituisce il primo importante passaggio per collocare le azioni. L'operazione potrebbe consentire alla società di essere valutata intorno ai 20 miliardi di dollari, rendendo la prevista IPO una delle più consistenti di quest'anno.

Groupon esiste dal novembre del 2008 ed è un sito che permette di ottenere buoni per l'acquisto di prodotti e servizi a prezzi scontati. Un ristoratore può per esempio decidere di offrire su Groupon cento cene per due persone a 25 euro invece che a 45. Gli iscritti al sito possono aderire all'offerta e questa ha valore solo se vengono vendute tutte le cento cene offerte dal ristoratore. L'acquisto viene pagato in anticipo, Groupon trattiene una percentuale e dà il resto al ristoratore. Il cliente ha un certo numero di settimane di tempo per riscuotere la promozione che ha pagato. Se non si raggiunge il numero di partecipanti necessario, l'offerta viene annullata e non vengono prelevati i soldi dalla carta di credito degli acquirenti.

Le offerte sono locali e quindi consentono di acquistare buoni e promozioni nella città in cui si vive o in quella più vicina. In due anni e mezzo il servizio ha riscosso molto successo e si è rapidamente espanso dagli Stati Uniti all'Europa, ma come dimostrano i conti della società, obbligatoriamente resi pubblici per l'IPO, far crescere Groupon sta costando molti soldi e sta richiedendo enormi risorse.

Per raggiungere i 644,7 milioni di dollari di ricavi nel primo trimestre di quest'anno, la società ha dovuto spendere molto denaro. Lo scorso anno ha registrato perdite per 413,4 milioni di dollari e nel solo primo trimestre di quest'anno ha perso quasi 113,9 milioni di dollari. Cifre astronomiche per una società ai primi passi, che secondo il *Wall Street Journal* ricordano da vicino quanto accadeva negli anni della prima bolla economica legata a Internet, esplosa nel 2000.

Groupon non ha ancora comunicato quanto confida di raccogliere attraverso la propria offerta pubblica iniziale, ma analisti ed esperti hanno formulato le prime stime basandosi sui dati fino a ora forniti alla SEC. Lo scorso anno Groupon ha avuto ricavi per 713,3 milioni di dollari grazie agli accordi con circa 57mila esercenti in 43 paesi, che hanno consentito di piazzare fino a ora oltre 70 milioni di buoni e promozioni. Gli analisti dicono che la società, forte di questi numeri, potrebbe raccogliere fino a un miliardo di dollari, condizione che porterebbe la valutazione di Groupon intorno ai 20 miliardi di dollari in Borsa. Molto dipenderà dal comportamento del mercato nel momento in cui la società entrerà in Borsa.

Le spese più consistenti della società sono legate al marketing e al personale, necessario per avere un buon numero di agenti sul territorio e coinvolgere così il maggior numero possibile di commercianti. I costi fissi, dicono gli esperti, sono quindi limitati e la società può in qualsiasi momento ridurre le proprie spese modulando

la quantità di impiegati. Andrew Mason, l'amministratore delegato di Groupon, dice che il sito web mira a diventare l'equivalente di Amazon per l'e-commerce online, ma concentrato sulle vendite locali.

Nel corso dei prossimi mesi, Groupon dovrà affrontare la crescente concorrenza di Google e Facebook, che hanno realizzato o stanno progettando sistemi simili per la vendita di prodotti e servizi a prezzi scontati. Nel dicembre dello scorso anno, Google aveva offerto circa cinque miliardi di dollari per ottenere il controllo di Groupon, ma i responsabili del sito web avevano rifiutato l'offerta. Il motore di ricerca ha così provveduto in autonomia a lanciare un servizio, Google Offers, del tutto simile a Groupon e già disponibile in alcune città degli Stati Uniti come San Francisco e New York. Facebook sta facendo qualcosa di analogo con la funzione Luoghi, che permette agli utenti di segnalare la loro presenza in un esercizio commerciale e ricevere buoni e promozioni.

Entrambi i sistemi possono fare affidamento su centinaia di milioni di iscritti e potrebbero mettere in breve tempo in difficoltà Groupon. I responsabili della società confidano di riuscire a crescere ancora grazie ai tanti accordi commerciali raggiunti e al passaparola, offrendo un servizio migliore rispetto alla concorrenza anche grazie alle nuove risorse che deriveranno dall'annunciata IPO.

TARIFFE

Cisco: entro il 2015 il traffico Internet quadruplicherà

03 GIU 2011 03:41P.M.

Il **traffico internet** mondiale? Quadruplicherà nei prossimi 4 anni portandosi a quota 966 exabyte all'anno. Queste dichiarazioni sono state fatte da **Cisco**, che ha anche affermato come nel 2015 saranno ben 15 miliardi i **dispositivi connessi in rete**. E se proprio vogliamo snocciolare altri numeri, alla fine del 2011 ci saranno più dispositivi connessi alla rete che esseri umani. Numeri da capogiro a cui hanno contribuito il boom dei **dispositivi mobili** come smartphone e Tablet Pc.

Per **Cisco** nel 2015 il 40% della popolazione sarà online. Ma quali sono i contenuti che gli internauti prediligono durante le loro sessioni di navigazione sul web? Il 40% del traffico mondiale è rappresentato dai **video** e stando ai dati di Cisco, questa cifra è in continuo aumento, tanto che si stima che nel 2015, il 60% dell'attività della rete sarà incentrata nella fruizione di contenuti video.

Anche se non c'era bisogno di altre conferme, avanza inesorabilmente l'accesso alla rete dai **dispositivi mobili**. La navigazione classica da PC fisso nel 2015 rappresenterà solo l'87% dell'intera attività del web. Oggi questa percentuale tocca quota 97%.

Boom anche per la **connettività wireless** che nel 2015 verrà preferita a quella classica via cavo.

Infine **Cisco** mette "sotto controllo" l'avanzata del cloud computing che nei prossimi anni potrebbe ottenere un discreto successo soprattutto in ambito videoludico

◆ Condividi su Facebook ◆ Ricevi via e-mail

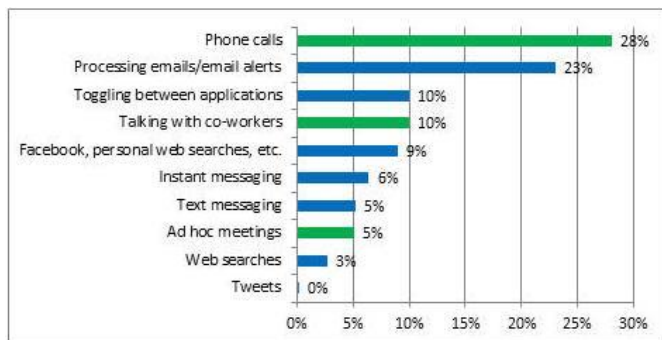
TAGLIABLOG

Lavoro poco? Tutta colpa di Internet (e dei Social)

03 GIU 2011 12:05A.M.

Un recente studio di harmon.ie, condotto su 515 lavoratori statunitensi in ambito IT, ha messo in luce l'impatto "distrattivo" che Internet e i social media hanno durante la giornata lavorativa.

I risultati sono riassumibili in questa immagine:



Più in dettaglio:

- La maggioranza (57%) delle interruzioni coinvolge sia gli strumenti di collaborazione che quelli sociali, come email, social network, messaggi testuali e IM, nonché il passare da una finestra all'altra fra vari tool e applicazioni. Il 45% dei dipendenti lavora solo 15 minuti o meno senza essere interrotto, e il 53% perde almeno 1 ora al giorno a causa di distrazioni varie.

- 1 ora al giorno si traduce in 10.375 dollari di produttività persa nel corso dell'anno, ipotizzando uno stipendio medio di 30 dollari l'ora; in pratica costa più del possesso e della manutenzione di un'auto nel corso di anno (almeno in base ai dati dell'AAA, l'Automobile Association of America). Significa che per una azienda con 1.000 dipendenti il costo è superiore a 10 milioni di dollari l'anno, ed è ancora più elevato in termini di impatto negativo su produzione e qualità del lavoro, e relazioni con clienti e colleghi.

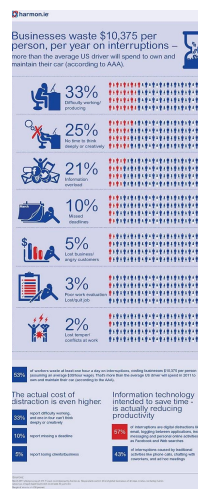
- La dipendenza sempre più comune nei confronti di attività basate sul web – che gli psicologi chiamano “online compulsive disorder” – è diffusa in tutti i luoghi di lavoro. Per esempio, 2 persone su 3 preferiscono di gran lunga comunicare digitalmente piuttosto che incontrarsi faccia a faccia. La dipendenza fa parte anche della vita privata delle persone: la maggior parte degli under 40 si connette digitalmente dal letto, e il 44% degli under 30 si connette quando è al cinema.

- 2/3 delle aziende e degli utenti tecnologici stanno cercando strumenti e strategie per ridurre al minimo le distrazioni digitali,

mostrando che c'è comprensione circa la necessità di ripristinare la produttività persa a causa di un cattivo uso di queste nuove tecnologie.

- L'uso contemporaneo di applicazioni/finestre/schede/elementi sul desktop contribuisce alla distrazione, insieme all'utilizzo di più dispositivi allo stesso tempo. Il 45% degli intervistati tiene almeno 6 elementi aperti simultaneamente, e il 65% dice di usare da 1 a 3 dispositivi fissi o mobili contemporaneamente, in aggiunta al computer principale.

- E' infine disponibile anche un'infografica che sintetizza tutti i dati dello studio:



Liberamente tratto da *I Can't Get My Work Done: A New Industry Survey Looks At Workplace Distractions*, di David Lavenda.

Copyright © **TagliaBlog**: puoi ripubblicare i contenuti di questo post solo parzialmente e solo inserendo un link al post originale.



Post correlati:

- Ha senso essere evangelist troppo “precoci”?
- Sempre connessi... ma a che pro?
- Business su Internet e “Ruralità”: un binomio possibile

◆ 5 comments on this item ◆ Twit This!

◆ Share on Facebook