

Grazie dei dati

Pubblicato: Giovedì 28 Maggio 2015



Forse non lo sapete ma nell'arco della vostra vita genererete 11 mila TB di dati. Non riuscite ad immaginare quanti siano? Vi basti sapere che è una quantità "mostruosa".

Volete altri numeri che diano l'idea di quanta informazione giri oggi sul web? In un minuto nel mondo vengono generati 350 mila tweet, 340.000 messaggi su Facebook, vengono visualizzati 2 milioni di video su youtube.

Una mole di dati davvero impressionante e la sfida vera oggi è saperli interpretare.

Il perché lo hanno spiegato **Luca Colombo**, Country Manager di Facebook Italia, **Emilio Baselice** Manager di IBM Italia e **Maria Cristina Farioli**, direttore Marketing, Comunicazione & Citizenship di IBM Italia, alla serata organizzata a Ville Ponti nell'ambito degli incontri di [Panorama d'Italia](#). Tema: **"La digitalizzazione passa per il cloud"**, moderatore il giornalista di Panorama Guido Castellano.

Analizzare i dati consente prima di tutto di "leggere il futuro", vale a dire individuare il trend, e scusate se è poco. Lo ha detto molto bene Maria Cristina Farioli di Ibm: le aziende che sanno interpretare la mole di dati che riescono ad accumulare, prima di tutto registrando le esigenze e i gusti del consumatore, sono quelle che riescono ad anticipare il mercato.

Concetto ben chiaro a Mark Zuckerberg che dell'analisi dei dati ha fatto "la bibbia" di Facebook. A partire, tanto per cominciare con una banalità, dal fatto che Facebook ha colto immediatamente la migrazione dei suoi utenti dal computer al mobile.

Se siete appassionati di dati, ve ne diamo alcuni: in Italia su una popolazione di 60 milioni di persone, 36 milioni sono attivi su internet, 28 milioni hanno un account social, 82 milioni hanno una connessione mobile (quindi quasi 2 mobile a testa) e 22 milioni sono attivi su un account mobile.

"Oggi -ha spiegato Luca Colombo – la maggior parte degli utenti di Facebook ci legge prevalentemente da mobile. Questo ha comportato una svolta significativa anche per l'informazione. Non a caso abbiamo lanciato l'applicazione Instant Article che cambierà molto il rapporto tra il social e la stampa. I giornali potranno pubblicare articoli direttamente nel feed delle news di Facebook e non si posterà più soltanto link. Si chiama [Instant Articles](#) proprio perché gli utenti vedranno immediatamente testi, video e immagini. Gli 8 secondi che prima occorre per aprire un articolo da un link di facebook e che spesso scoraggiavano i lettori di un giornale, oggi sono abbattuti drasticamente." E questo, secondo Luca Colombo, ha migliorato anche il rapporto con gli editori: "Instant Articles permette di offrire articoli veloci e interattivi mantenendo il controllo dei modelli di contenuto e di business. Siti e giornali possono vendere pubblicità all'interno dei propri articoli e mantenere le entrate, oppure possono scegliere di utilizzare Facebook Audience Network per monetizzare gli spazi invenduti".

Quindi mente Google cerca di risolvere il pasticciaccio dell'utilizzo degli articoli pubblicati da altri, Facebook sembra aver trovato la quadratura del cerchio.

E la mole di dati che transitano da Facebook diventa davvero importante: a quelle degli utenti si aggiungono, quelle delle aziende che usano Facebook per fare business e quelle dei giornali. Non a caso Facebook ha fatto un accordo con Ibm per dare la possibilità agli inserzionisti della piattaforma

di proporre annunci sempre più personalizzati. In che modo? Grazie ai dati in possesso di IBM. Ad esempio un negozio che usa le piattaforme IBM (come il cloud), che profila i propri clienti attraverso una card nominativa, potrà proporre annunci allo stesso cliente anche tramite Facebook.

Che dire? Benvenuti nella nuova frontiera del business. E al centro ci siete voi.

[Roberta Bertolini](#)

roberta.bertolini@varesenews.it