

N° 057

MARZO / MAGGIO 2018

MAGAZINE DI

**PERSONE, EVENTI, AZIENDE, FATTI E NOTIZIE**

**ticino**

# welcome



**LUCA PEDROTTI**

PASSIONE ATTACCANTE

EDIZIONE PUBBLIGOOD © Svizzera CHf 8,- (per l'Italia € 6,80)



**DOSSIER FONDAZIONI**

**VIVIANA KASAM**

La felicità del bene

**TAVOLA ROTONDA**

**SICUREZZA**

C'è un allarme in Ticino?

**FINANZA**

**FINTECH**

Lavoro e tecnologia

**GASTRONOMIA**

**ASSP**

Il mestiere di sommelier

# VOGLIAMO ESSERE ACCELERATORI D'IMPRESA, *partendo da Lugano*



**GIANNI SIMONATO,**  
MANAGER E UOMO LINKEDIN,  
SPIEGA COME UN USO  
PROFESSIONALE DI QUESTO SOCIAL  
MEDIA POSSA RIVOLUZIONARE  
PER UN'AZIENDA IL MODO DI FAR  
CRESCERE IL PROPRIO BUSINESS.

**P**artiamo da una necessaria premessa. Cos'è MyAcademy e qual'è il suo ambito di intervento?

«MyAcademy potrebbe essere definito come un club di imprenditori e professionisti che condividono il valore della Digital & People Transformation. Fondata da Federico Foscale che vanta un'esperienza soprattutto finanziaria e da me, proveniente invece dal mondo manageriale, mette in campo competenze, scambio di esperienze, entusiasmo, voglia di farcela guardando il futuro ma ben solidi sul presente. Il nostro obiettivo è quello di agire da acceleratore al servizio della comunità imprenditoriale e professionale, di lingua italiana, nel mondo. Siamo presenti con una sede principale a Lugano e sedi operative a Londra, Francoforte, Madrid, Istanbul, Varsavia, Mosca e Shanghai».

**Quali sono le aree in cui avete individuato essere particolarmente necessario introdurre soluzioni innovative?**

«Lavorando fianco a fianco con centinaia di aziende del B2B - Business 2 Business (aziende che vendono ad altre aziende) abbiamo dei dati di prima mano. La trasformazione dei processi in digitale e il cambio del modo di lavoro delle persone sono le chiavi per accelerare sui risultati aziendali. Vediamo il contesto: il 90% dei Buyers non risponde alle e-mail provenienti

da mittenti che non si conoscono. Conseguenza? E' la fine delle telefonate a freddo. Se il 92% dei Buyers inizia il proprio processo di acquisto online, bisogna farsi trovare in rete, prima di qualsiasi visita fisica. Se il 74% dei Buyers usa LinkedIn, vuol dire che questa è la piattaforma business da utilizzare.

A tal fine proponiamo in esclusiva specifiche applicazioni e pacchetti di sviluppo di LinkedIn indirizzati alle aziende per creare e gestire una efficace attività di social business. Queste soluzioni le abbiamo chiamate IceBreaking, rottura del ghiaccio».

**In sintesi quali sono i plus di un progetto come IceBreaking?**

«Velocità, costi contenuti, ampiezza geografica. Si chiama così perché utilizza uno strumento digitale ma risolve un problema antico quanto l'uomo: creare e sviluppare relazioni tra le persone. Ampliare la propria rete di contatti costituisce un enorme vantaggio, a condizione che l'azienda abbia la volontà di dialogare offrendo contenuti di valore in grado di comunicare le effettive capacità e competenze maturate dalla sua organizzazione. Dunque un processo che coinvolge tutte le persone e che offre la possibilità di operare un autentico salto di qualità nelle relazioni, che, voglio ancora ricordarlo, sono prima di tutto relazioni umane».

**SONO INTERVENUTI IN TELECONFERENZA**  
E PARTECIPANO AL PROGETTO ICE BREAKING I SEGUENTI "AMBASSADOR":



**ELEONORA  
BOTTA**



**ALBERTINO  
CALANCA**



**RICCARDO  
BORDOLI**



**TIZIANO  
CHRISTEN**



**FELIX  
DALL'ANTONIA**



**GIORGIO  
ZANCHETTA**

**ELEONORA BOTTA:** «Lo Studio Botta non aveva necessità di vendita nel senso di un prodotto specifico da proporre, valido comunque per più committenti. Infatti la ricchezza di uno studio di architettura, così come per molte altre professioni, risiede nella sua creatività e nella capacità di elaborare progetti ad hoc e di portarli poi a compimento grazie alle specifiche esperienze e competenze delle persone che ne fanno parte.

Linkedin diventa uno strumento utile non solo per la conoscenza e la valutazione della qualità dei collaboratori e delle aziende con cui lavorare, ma anche per l'individuazione di professionisti, imprenditori, collezionisti d'arte con cui poter discutere di nuove idee, possibilità, soluzioni che danno vita a nuovi progetti prima che sia un ipotetico cliente a chiedere la prestazione dell'architetto.

Le collaborazioni generano infatti nuove necessità e nuove scenari indispensabili per alimentare la futura attività dello studio.»

**ALBERTINO CALANCA:** «Produciamo cuscinetti per i mercati Industriale, Agricoltura, Trasmissioni. FLT è parte di uno dei più grandi gruppi industriali che opera a livello globale nella lavorazione di materiali non ferrosi con dozzine di centri di produzione e centri di ricerca e sviluppo situati in Europa, Asia e America. La nostra esigenza era quella di farci conoscere

al di fuori della pur ampia rete di contatti già consolidati, presentando la nostra attività e le nostre capacità produttive presso primarie aziende operanti in tutto il mondo. Linkedin ci ha consentito di allargare la rete di relazioni ma soprattutto di inserire contenuti di qualità sulla base dei quali sono stati poi generati ulteriori contatti. La sfida maggiore è rappresentata proprio dall'essere costantemente in grado di rinnovare ed accrescere la nostra presenza mediante contenuti che siano interessanti, originali e attrattivi per i nuovi contatti così costruiti. Il progetto è partito dall'Italia ma l'obiettivo è quello di arrivare a coinvolgere la capofila polacca (Boryszew Group) che conta 8.000 dipendenti».

**RICCARDO BORDOLI:** «Fino a qualche tempo fa per uno studio professionale di commercialisti com'è appunto il nostro era assolutamente vietato, anche per ragioni di riservatezza, accedere a qualsivoglia forma di pubblicità e i clienti si rivolgevano a noi solo attraverso il passa parola. Ora la situazione è cambiata e possiamo più facilmente comunicare. Linkedin, essendo un ambiente professionale mirato, permette di mantenere i necessari vincoli di riservatezza ma al tempo stesso consente di farci conoscere intervenendo con contributi e condividendo articoli. Abbiamo proceduto anche alla costruzione di una pagina aziendale Linkedin, nella quale sono presenti i profili

dei nostri collaboratori, con l'obiettivo di rendere trasparenti le nostre competenze verso potenziali clienti»

**TIZIANO CHRISTEN:** «Il problema che ci siamo trovati ad affrontare era un po' diverso rispetto a quelli già elencati, in quanto Premel è andata nel tempo diversificando e ampliando la gamma dei suoi prodotti, sempre nel campo della progettazione e fornitura di impianti idroelettrici, di gruppi elettrogeni d'emergenza, di impianti di ventilazione per gallerie autostradali e nelle opere elettromeccaniche di ogni genere. L'esigenza che andavamo avvertendo era dunque quella di portare a conoscenza dei nostri abituali referenti, che magari ci conoscevano per una specifica tipologia d'impianto, tutta la gamma delle soluzioni che eravamo in grado di offrire. I programmi di IceBreaking MyAcademy ci hanno consentito non già di proporre in modo aggressivo i nostri prodotti ma di poter studiare in modo più analitico quelle che sono le esigenze dei nostri interlocutori, avviando un confronto sulla base di elementi di giudizio e valutazioni di merito altamente professionali».

**FELIX DALL'ANTONIA:** «Metalarredo realizza principalmente lampade a LED per l'arredamento, in ambito civile e industriale, per shop e contract. In questo settore siamo passati nel giro di pochi anni da una produzione di