

meta

insieme • attraverso • oltre

EDITORIALE

È il momento di condividere



Il mondo sta correndo velocemente attraverso binari tecnologici molto evoluti. Rispetto al passato la tecnologia disponibile è fruita con maggiore intensità da consumatori finali, privati cittadini; meno da organizzazioni economiche e professionali.

Il cittadino comincia a modificare il proprio modello di relazione con gli altri alla luce di quello che il web oggi offre a lui e al contesto sociale in cui è inserito. Ci si adatta, si cominciano a utilizzare nuovi strumenti che diventano sempre più familiari e diffusi; le persone che frequentiamo li utilizzano abitualmente... Questa non è moda: lo si fa perché è utile, ci semplifica la vita.

Se tutto sembra così scontato a livello di singoli individui, le cose si fanno più complicate nelle organizzazioni, nell'impresa, negli enti pubblici, nel mondo delle professioni. I modelli organizzativi già adottati e il sistema delle competenze presenti sono frequentemente una resistenza verso il nuovo.

«Meta» affronta oggi il tema della nuova generazione di strumenti tecnologici disponibili sul web non per stimolare a recuperi di efficienza ed efficacia. La posta in gioco è ben altra: l'impatto di queste nuove tecnologie sul modo di essere consulente.

Pensiamo a nuovi modelli organizzativi, all'ambito territoriale di riferimento in cui operare, alle competenze richieste, al proprio fabbisogno formativo, al sistema delle priorità cui indirizzare i propri investimenti, ai profili dei propri partner e dei propri collaboratori, alla domanda di servizi consulenziali che ci viene richiesta e ai nuovi servizi da offrire, al pricing, al valore generato al cliente, ... al rapporto tra vita professionale e vita privata.

Difficilmente in passato ci si è trovati di fronte a cambiamenti di così vasta portata. Forse non c'è adeguata consapevolezza dei fenomeni che stiamo vivendo, delle nostre capacità di governo degli stessi, delle capacità di individuare e promuovere nuove prospettive ai clienti per consentire loro di ottenere nuovi vantaggi competitivi.

Che ne siamo consapevoli o meno, c'è innovazione nella «consulenza 2.0». C'è nel superamento dell'approccio competitivo verso quello collaborativo. La creazione della conoscenza passa attraverso la condivisione della stessa, sono i nuovi strumenti tecnologici che lo impongono: se il web 2.0 si fonda sulla «comunicazione, conversazione, connessione e comunità», per esserci, devi condividere. Aggiungere valore presuppone così la tensione verso un sistema di relazioni, verso il network insieme alle connesse capacità di relazionarsi e condividere il proprio e l'altrui sapere. Alternativa è il non esserci.

Nelle pagine che seguono accendiamo i riflettori sulle nostre giornate 2.0, consideriamo le dinamiche in atto nell'articolo di Francesco Morace, gli strumenti tecnologici oggi disponibili nel contributo di Giovanni Sgalambro e l'odierna condizione del consulente nella testimonianza di Fabio Di Stefano. Ritorna la rubrica «Irriverisco» di Marco Granelli con il dilemma se Davide... ammazza Golia...

Buona lettura.

SOMMARIO

In profondità

Dal web 2.0 all'impresa 2.0
di Giovanni Sgalambro

Il consulente 2.0: fantasia o realtà?

di Fabio Di Stefano

Il consumatore come impresa creativa

di Francesco Morace

Irriverisco

a cura di Marco Granelli

Francesco D'Aprile , Presidente APCO presidente@apcoitalia.it