

PREFAZIONE

Due semplici parole rappresentano le pagine che state per affrontare.

Dono e inversione del punto di vista.

Dono perché due professionisti che dall'inizio della loro carriera si sono occupati di digitale hanno deciso di aprire e condividere la propria cassetta degli attrezzi e il loro intero bagaglio di conoscenze con tutti noi. Non hanno tralasciato nulla. Ogni aspetto della digitalizzazione, ogni nozione, ogni teoria, ogni caso di successo e anche alcuni fallimenti sono stati analizzati e sviscerati alla ricerca delle lezioni da imparare. Da imparare e condividere. Non tralasciano nulla. Tutta la loro esperienza viene donata al lettore e, ne sono certa, l'obiettivo non sarà quello di immortalare sulla carta, ma di farla crescere con l'ascolto continuo, con gli eventi che organizzano e di farla fiorire dal confronto creativo online e sui social network, grazie all'intelligenza collettiva della rete. Non vedo l'ora, infatti, di rileggere il libro in versione eBook per condividere con il social reading alcuni passaggi, per chiedere un confronto pubblico agli autori e ai lettori su alcune problematiche che il libro pone e confrontarmi con quanti hanno affrontato e risolto alcuni aspetti della trasformazione digitale delle proprie aziende e dei propri settori.

Il secondo concetto è l'inversione del punto di vista.

L'innovazione come inversione del punto di vista, come capacità di guardare il mondo in modo diverso, come rovesciamento dello *status quo*. In questi giorni la cronaca ci mette di fronte a cambiamenti di rotta globali. Cambiamenti che attengono profondamente con la comprensione dell'innovazione. Per fare innovazione, per cambiare il mondo, per contribuire a costruire una vita migliore, è importante sapere da dove partire, quali strumenti utilizzare per leggere i dati e interpretare i fenomeni per indirizzare i propri business e la propria attività. Ecco allora che in giorni in cui il mondo si interroga sulla fallacità dei metodi giornalistici tradizionali nell'interpretazione delle previsioni e dei sondaggi sulla Brexit prima e sull'elezione di Trump poi, una lezione arriva forte e chiara e si tratta di una lezione che è molto ben affrontata nel libro che vi state accingendo a leggere.

Nel capitolo dedicato alla lettura dei dati e agli strumenti di analisi si sottolinea il concetto del "*data as the new oil*", il nuovo prezioso carburante di aziende, di organizzazioni politiche, di istituzioni e anche di candidati alla presidenza degli

Stati Uniti.

«C'è infine un pezzo della vittoria di Trump e il ruolo dei social media che non è stato molto raccontato e riguarda come Trump ha usato i dati. - Scrive Arianna Ciccone nel suo Valigia Blu (Licenza cc-by-nc-nd valigiablu.it) - Il momento cruciale della sua campagna avviene quando si affida alla società di scienze comportamentali, Cambridge Analytica.

CA si è occupata anche della campagna del "Leave" durante Brexit. La loro strategia è studiare i dati "minuscoli" e sono stati accusati di aver usato in modo non del tutto etico i dati personali di Facebook. A parlarne in modo approfondito, è il data-journalist Jonathan Albright. La chiave per vincere le elezioni è stata individuare le persone "influenzabili", soprattutto negli Stati decisivi per l'elezione (Florida, Ohio, Wisconsin, Pennsylvania, North Carolina) e spingerle a uscire e votare. Il software di CA usa i dati personali di Facebook e non solo per predire le posizioni e gli orientamenti politici: analizza le ricerche degli acquisti online, i commenti e i like pubblici sulle pagine fan, la cronologia di ricerca su Internet attraverso le API di Facebook, le app mobile usate, la condivisione di foto e le riformazioni dei profili, compresi i programmi TV che si guardano. La strategia dei democratici è stata invece utilizzare il vecchio stile focus groups e dei sondaggi via telefono».

Ecco che dire se non questo? Leggere questo libro non serve solo agli imprenditori per indirizzare meglio il proprio business nell'era digitale, cavalcandone piuttosto che subendone gli effetti, ma serve a tutti coloro che si interrogano sul profondo cambiamento che sta avvenendo nella società. Un cambiamento veloce e difficile da fermare nelle pagine di un libro, certo, perché mentre lo si stampa e si diffonde, la tecnologia di cui si parla probabilmente sarà superata da nuove invenzioni e la frontiera si sposterà ancora. Vale però la pena di allinearci tutti alla partenza di questo nuovo percorso e guardare al futuro con occhi nuovi. Questo è quello che il libro consente e sono felice di aver forzato la mia stanchezza e il sonno per leggerlo perché mi servirà moltissimo nella mia nuova avventura. Buona lettura!

Marisandra Lizzi

Fondatrice di iPress e di Miramdola Comunicazione