

Riunione	Pres. Anno	13/4/15	
Avoni	Elio	24	X
Balini	Antonio	21	P
Beretta	Piercarlo	19	A
Bordoni	Giovanni B.	15	X
Bottes	Giulio	12	X
Brandolisio	Angelo	10	X
Casati	Franco	17	X
Casellato	Stefano	16	X
Colombo	Carlo	17	P
Colombo	Mario	2	A
Crespi	Andrea	17	X
Cuccovillo	Massimo	17	R
Dazza	Oreste	14	P
Faedo	Marco	18	P
Ferro	Orazio	5	A
Fichera	Francesco	12	X
Gaiani	Franco	27	X
Galimberti	Daniele	15	X
Galmanini	Tullio	12	X
Gerosa	Giovanni	18	P
Gerosa	Vittorio	20	X
Giacotti	Franco	27	X
Grassi	Paolo	20	X
Gulfi	Angelo	22	X
Ioppolo	Massimo	25	R
Lamberti	Salvatore	22	A
Manzini	Claudio	4	P
Moi	Mauro	22	R
Mori	Ferruccio	23	X
Murada	Alceste	26	X
Mussi	Carlo	9	A
Nori	Guido	20	P
Pagani	Paolo	27	X
Panzeri	Marco	23	X
Pignolo	Fabrizio	26	X
Pittelli	Enzo	27	X
Polito	Alfredo	12	X
Rigamonti	Angelo	21	X
Rigamonti	Paolo	13	X
Riva	Alberto	7	P
Rodella	Andrea	15	P
Santi	Paolo	16	X
Scippa	Raffaele	23	X
Sella	Roberto	10	X
Serù	Federico	18	A
Stucchi	Alberto	25	P
Tarantola	Giorgio	0	A
Tornaghi	Enrico	16	X
Traldi	Massimo	20	P
Vago	Filiberto	25	X
Vallardi	Roberto	23	X
Vargiu	Giuseppe	8	P
Villa	Franco	24	P
Numero serate	27	33	
Totale Soci	53	62,26	

Totale presenze 64,42%

Soci onorari n°3 : Paolo Settimio Cavalli – Mauro Cecchetti – Ennio Falsoni

P = assenza preavvisata	A= assenza non preavvisata
X = presenza XX = con moglie	XXX = con moglie e figli
R = recupero C = congedo	CL = congedo per lavoro

Visitatori:

Ospiti del Club:

Ospiti dei Soci:

COMUNICAZIONI DEL CLUB

Per ulteriori informazioni sulle attività del club e degli altri club del gruppo, rimandiamo al sito www.rotarymonzaovest.it alla rubrica eventi.

CALENDARIO

RIUNIONE PRESENTE

Lun. 20 Apr. 15 – Conviviale ore 20.00 Hotel de La Ville – Monza

Relatore: Dott. Valente – Giornalista de La Gazzetta dello Sport

Tema: "La Gazzetta dello Sport, unico sistema editoriale veramente multimediale in Italia"

RIUNIONE FUTURA

Lun. 27 Apr. 15 – Conviviale con Signore ore 20.00 Hotel de La Ville – Monza

Relatore: Prete Esorcista

RIUNIONI SUCCESSIVE

Lun. 04 Mag. 15 – Conviviale ore 20.00 Hotel de La Ville – Monza

Tema: "Doping nello Sport"

Relatore: Dott. Pietro Bergonzi – Vice Direttore Gazzetta dello Sport

Lun. 11 Mag. 15 – Caminetto ore 21.30 Ristorante Nero Pepe

Tema: "Parliamo di Rotary"

Anno rotariano 21	Riunione 28	Del 20-04-2015	Bollettino 748
----------------------	----------------	-------------------	----------------



Distretto 2042 (Italia)

Anno 1994

"Light up Rotary"

Presidente: Franco Giacotti – Via Biancamano 14 – Monza – cell. 335 6371207

e-mail: presidente@rotarymonzaovest.it

Segretario: Antonio Balini – Largo Repubblica, 7 – Vedano al Lambro - tel. 039.490664 – fax. 039.490664

e-mail: segretario@rotarymonzaovest.it

Segretaria aggiunta: Donata Ubbiali - PHF - 348.2326512

e-mail: segreteria@rotarymonzaovest.it

Prefetto: Enzo Pittelli – Via Amendola, 12 – Monza - cell. 337.333811

Tesoriere: Massimo Ioppolo – Piazza Roma, 10 – Monza

tel. 039.327916 – fax. 039.2315388

e-mail: info@ioppolodott.com

Riunioni conviviali: lunedì non festivo ore 20.00 Hotel de la Ville – Viale Regina Margherita, 15 – Monza – tel. 039.39421 – fax. 039.367647

Il secondo lunedì del mese la riunione è postconviviale h. 21.30 – Ristorante Nero Pepe – Via Manara, 12 – Monza tel 039.386608

CRONACA DI LUNEDI' 13 APRILE 2015

Ospite relatore dello scorso Caminetto, Fabio Gadina colpisce immediatamente per il sorriso simpatico incorniciato da una folta barba. Presentato dall'amico Stefano Casellato, di cui è cognato, il nostro ospite si definisce Web Marketing Expert o, meglio "User Experience

Designer"... e qui la faccenda si complica perché ai più di noi il vocabolo suona piuttosto astruso!

Per sgombrare il campo da incertezze diciamo subito che l'ambito è internet, l'ormai onnipresente "rete" che iniziando a diffondersi nei primi anni novanta, da sempre registra un crescendo esponenziale di persone connesse e di informazioni spesso destrutturate alla portata di tutti.

L'Italia, ahinoi come al solito, non brilla in quanto a numeri ed infatti quello degli internauti si colloca a metà strada tra gli sparuti thailandesi ed i ben più presenti americani e nord europei: ma anche per l'Italia si tratta comunque di numeri molto importanti, tant'è che – spiega Fabio - la crescita della rete ha comportato due conseguenze anche nel nostro Paese: primo, l'involuzione degli altri media dai quali reperiamo informazioni e, secondo, che il modo di fare pubblicità è cambiato poiché oggi quest'ultima è in aumento solo nel cyberspazio e nell'outdoor.

I vecchi modi di fare pubblicità, quindi, devono adattarsi alla rete che viene definita (in maniera un po' inquietante a parere dello scrivente) come «NON TANTO UNO STRUMENTO DI MARKETING QUANTO UN MERCATO IN CUI SI COMPRANO E SI VENDONO LE PERSONE» mentre lo strumento per acquistare con la maggior efficacia e con la migliore efficienza (ovvero al minor costo possibile) è invece l'"INBOUND MARKETING".

A questo punto il relatore comincia a vedere qualche faccia spaesata e spiega che l'inbound marketing è un sistema olistico (ovvero "un sistema in cui il tutto è più della somma delle parti di cui è composto [nota bene:

Treccani batte Wikipedia 1-0]), dove per parti si intendono le seguenti fasi:

- attrazione dei clienti;
- creazione di una relazione duratura con essi;
- trasformazione dei clienti in promotori che a loro volta attrarranno altri clienti che diventeranno altri promotori, ecc. ecc. ...

Si ma, in concreto, com'è che noi tutti veniamo comprati, istruiti e spinti a diventare promotori?

La prima fase si attua attraverso i famosi blog, tramite i notissimi Facebook e Twitter (le cosiddette Social Media applications) ma anche con le tecniche Search Engine Optimization (SEO), che nella nostra bella lingua significa come fare in modo che Google mostri un risultato della ricerca prima di un altro.

La seconda fase, resa possibile dall'avvento del cosiddetto Web 2.0 che è quello che per intenderci non si limita a farci vedere i siti come se fossero degli opuscoli digitali, ma ci consente di interagire con essi attraverso gli odiati Forms che compiliamo ogni volta che, ad esempio, compriamo un biglietto d'aereo, ma anche coi Banner pubblicitari ad hoc e con i metodi Member Get Member (avete presente "porta un amico che vi facciamo lo sconto"?)

La terza fase è costituita dall'identificazione della clientela attraverso la profilazione degli utenti, le analisi dei dati e i contenuti e le offerte mirate.

E infine la quarta fase di spinta alla promozione attraverso la pianificazione, il ricorso ai giochi e all'efficacia dell'assistenza.

"E ti par poco!" - direte voi, ma è proprio in queste architettura che Fabio esprime la sua professionalità. Lui non fa siti internet o appli-

cazioni per smartphones: lui li pensa a monte, li ottimizza e li rende efficaci fornendo indicazioni specifiche al programmatore che poi lo realizzerà con migliaia di righe di codice.

I nomi con i quali il nostro relatore ha collaborato sono altisonanti: Barilla, Fullsix (che gestisce brand come Alfa Romeo, Mediolanum, Teatro alla Scala, Carrefour, Tim, La Tre e Wind e moltissime altro ancora), Assopoker e OddsLife che gestiscono molti siti di gaming on-line, solo per citare i più importanti.

Fabio si sofferma in particolare su Assopoker, spiegando che al contrario delle teorie classiche per cui il valore di un bene è proporzionale in forma diretta alla sua scarsa reperibilità sul mercato, nella rete Internet questo bene assume valore quanto più sia disponibile, quanto più facile ed agevole sia trovarlo ed usarlo.

Alla base di tutto c'è quindi sfruttare Internet per creare la domanda, per crescere rapidamente e profittevolmente, grazie al fatto che internet è misurabile ed è quindi più semplice valutarne l'impatto in termini di ritorno sull'investimento.

Tant'è che aziende che l'hanno capito da subito, come Apple, oggi ha acquisito un potere enorme ad un costo relativamente modesto ed oggi può permettersi di destinare meno risorse alla pubblicità perché di Apple si parla continuamente e in ogni occasione.

Altri, che invece non hanno intravisto l'importanza di Internet e non vi hanno dedicato sufficienti risorse (come Kodak) oggi sono in crisi con scarse possibilità di sopravvivenza.

Terminata la relazione sono seguite un numero davvero elevato di domande che hanno di



ALLEGATO AL BOLLETTINO n° 748

CRONACA DI
LUNEDI' 13 APRILE 2015

mostrato come l'argomento abbia suscitato l'interesse anche dei non addetti ai lavori e che hanno dato modo a Fabio di rispondere sempre con entusiasmo. A questo punto questa breve relazione sarebbe finita e il mio compito esaurito: e invece no, perché dall'indirizzo email di Fabio comparso sull'ultima slide leggo un dominio che mi incuriosisce "follemente": phollidee.com (leggetelo all'Inglese e capirete perché). Allora sono andato sul sito e trovo queste righe che voglio condividere con voi, che avete avuto l'ardire di leggermi fino a qui.

Want Web Work ?

Il poeta si è svegliato e ricadendo nell'incubo metallico della sua realtà abbraccia un sogno iperboreo: è la possibilità di un pensare eccentrico. Porta le mani sul viso. Si stira. E' solito sedersi qualche minuto davanti allo schermo spento del suo computer, prima di affrontare il folle tentativo di liberarsi dal suo logos scientifico-veritativo. Anche il poeta si è ritrovato in quella vastissima schiera di vittime che si sono accontentate di supporre che "razionale" volesse dire esplicitamente lineare-sequenziale-visivo. Adesso, fra pochi minuti la scelta prevista: accenderà l'estensione dei

suoi sensi. Ma questa mattina gli sarà concesso l'essenziale, la dilatazione delle sue dimensioni. Sarà la folle dea di Phollidee a traghettarlo nel ciberspazio. No, non sarà abbandonato ad una finta espressione di sé, distratto come tutti i naviganti dalla promessa di un onanismo incorporeo. Il poeta e la sua folle idea sono già nell'olimpico degli eroi, dove vi aspetta con la tranquillità di chi ha imparato a scrivere il silenzio, a vivere il vuoto.

Paolo Pagani



Il Presidente Franco Giacotti ed il relatore Fabio Gadina

NOTIZIE ED EVENTI

Ciao Amici, di seguito alcune foto del gruppo Fight the writers nell'ambito delle Pulizie di primavera 3ª edizione. E' stato molto bello perché hanno partecipato con grande entu-

siasmo e partecipazione circa 30 scout del gruppo Monza.
Missione compiuta! Viale Cesare Battisti è stato ripulito quasi completamente !!!!

Filiberto Vago

