

PROF. SIMONE BRANCOZZI

CONNECTION ECONOMY
Come diventare il Re del tuo mercato



MANIFESTO

A 5 anni eravamo dei pittori.

A 7 anni siamo diventati poeti.

A 11 imprenditori straordinari, capaci di produrre e vendere qualsiasi cosa, soltanto immaginandola ...

Poi siamo diventati grandi e ...

Ci hanno detto di studiare, perché così avremmo trovato un posto di lavoro.

Ci hanno dato da risolvere dei problemi, imponendoci un'unica soluzione. Chi ha tentato strade alternative, è stato espulso.

Ci hanno imposto di rispettare le procedure aziendali.

Ci hanno imposto di eseguire gli ordini e di non prendere iniziative.

Ci hanno imposto di "volare bassi" e di non avere aspirazioni.

Ci hanno imposto di fare le cose in modo perfetto.

Ci hanno imposto di copiare il comportamento altrui.

Ci hanno detto che chi cambia rischia e chi rischia sbaglia.

Ci hanno detto di non tentare perché avremmo fallito.

Ci hanno detto che il fallimento è un disonore per noi e per le nostre famiglie.

Ci hanno detto che non saremmo stati noi a cambiare le cose, ma gli altri. A noi sarebbe restata la "consolazione" di seguirli.

Ci hanno detto che se volevamo guadagnare di più, avremmo dovuto lavorare di più, sacrificando la nostra vita e quella delle nostre famiglie.

Ci hanno raccontato che chi vuole troppo dalla vita, fa la fine di Icaro.

Bene, io ti dico che ci hanno mentito ed ingannato; ma ora è arrivato il momento della nostra rivincita. La Connection Economy spazzerà via lo *status quo* e premierà l'arte: il nuovo, l'utile, l'importante.

Tu sei un artista e sei unico.

Là fuori, ci sono tantissime persone che stanno aspettando il momento in cui tu libererai il tuo talento e diventerai loro leader.

Rompi gli schemi e proponi il nuovo.
Vinci le tue paure. Annienta lo *status quo*.
Decidi. Agisci. Cambia. Fai accadere qualcosa di straordinario, che solo tu sai fare.
Coraggio! È arrivato il tuo momento.

INTRODUZIONE

Liberati del passato.

Liberati di tutto quello che hai sentito dire sulla crisi economica. Liberati del disfattismo e di tutti coloro che continuano a rimpiangere i *bei tempi andati*, per paura di affrontare il futuro.

Adesso, il sentimento dominante non è il senso di sconfitta, ma la **paura**.

Tutti noi sappiamo che il mondo non può fermarsi, perché il tempo non può fermarsi. Anche se non lo vogliamo, il futuro *ci* accade. La crisi ci ha ridotti alla passività: noi subiamo – come vittime inermi – il futuro.

Non prendiamo in mano le redini della nostra vita, ma aspettiamo che qualcuno ci prenda per mano e ci conduca verso un'epoca migliore.

La paura scaturisce da un senso di sicurezza. Ci accontentiamo di una precarietà sopportabile, per non dover cambiare le nostre abitudini.

La crisi economica ha evidenziato la vera sostanza del mondo: il mutamento. Tutto scorre, tutto cambia e l'uomo deve essere pronto ad affrontare l'imprevedibile.

Noi non vogliamo più affrontarlo: il vecchio sistema economico-industriale ci ha disabituato al cambiamento, abituandoci a tanti piccoli falsi dèi: il posto fisso, la sicurezza materiale, la pensione certa, il guadagno costante.

Il presente è questo: è finito un ciclo economico e ne sta ripartendo un altro, più potente, più straordinario, pieno di possibilità. Per cogliere queste possibilità dobbiamo cambiare, stravolgere le nostre vite e ancor prima il nostro lavoro.

Nel futuro, tutto dipenderà dalle connessioni, dalle relazioni fra persone, oggetti, idee, che riusciremo ad instaurare.

Il futuro prende il nome di Connection Economy ed è proprio questa l'oggetto del mio libro, che si divide in due parti: una teorica, l'altra – la seconda – pratica.

Nella prima parte, spiegherò cos'è la Connection Economy, come si distingue dal passato, su cosa si fonda (l'arte), quali sono le tendenze che la caratterizzano (*trend*) e come influenzerà la società (le tribù).

Nella seconda, ti descriverò per sommi capi come funziona un sistema di web marketing, strumento indispensabile per garantire nella Connection Economy prosperità, serenità e lunga vita alla tua azienda/attività.

Preciso che non è stata mia intenzione scrivere un manuale tecnico-operativo, ma un'introduzione generale a chi si avvicina per la prima volta al web marketing.

PARTE 1
LA CONNECTION ECONOMY

CAPITOLO 1

COS'È LA CONNECTION ECONOMY

Il futuro è molto aperto, e dipende da noi, da noi tutti. Dipende da ciò che voi e io e molti altri uomini fanno e faranno, oggi, domani e dopodomani. E quello che noi facciamo e faremo dipende a sua volta dal nostro pensiero e dai nostri desideri, dalle nostre speranze e dai nostri timori. Dipende da come vediamo il mondo e da come valutiamo le possibilità del futuro che sono aperte.
(K. Popper, *La lezione di questo secolo*, Marsilio, Venezia 1992)

1.1 I cicli economici

Tutta la natura è caratterizzata da fenomeni ciclici, come l'alternanza del giorno e della notte e le stagioni. La stessa vita sulla Terra segue un corso circolare, nel perenne inseguirsi di nascita e morte. Non a caso, nel nostro immaginario collettivo, la primavera è simbolo di rinascita, mentre l'inverno è simbolo di morte. Persino la vita delle stelle non sfugge alla ciclicità: dalla morte di una stella, molte altre ne nasceranno.

L'uomo moderno considerala natura come qualcosa da dominare senza pietà. Quando, però, s'accorge d'essere egli stesso parte di quella natura che vuole dominare, percepisce l'*essere ciclico della vita*.

L'essere ciclico della vita è potente e misterioso, perché anche ciò che l'uomo costruisce con le sue mani, prima o poi – come per magia – entra a far parte dell'ordine naturale. Se sfogli un libro di storia te ne accorgi subito: è tutta un concatenarsi di epoche di splendore, seguite da periodi di decadenza. Come la respirazione alterna momenti di dilatazione (diastole) a momenti di contrazione (sistole), così la storia - senza soluzione di continuità - ha epoche di crescita e di decadenza.

Le attività economiche, che sono la *cosa* più umana che esista (e sono storiche), non sono meno “naturali”. Se mettessimo la storia sotto ad una lente di ingrandimento, noteremmo che ogni epoca è scandita da cicli economici, fasi di crescita e decrescita del benessere collettivo di una

società. Per benessere, non intendo solo la ricchezza, ma anche lo stato di salute, la prosperità culturale e la produzione artistica. Il benessere economico non si manifesta solo nel PIL, ma in una più ampia fioritura dello spirito.

Prendo come esempio la nostra storia più recente, poiché voglio mostrarti come stiamo entrando in un nuovo ciclo economico: il regno della Connection Economy.

Se consideriamo il periodo storico successivo alla Seconda guerra mondiale, possiamo individuare un importante ciclo economico che va grosso modo dal 1960 al 1983. In questo intervallo di tempo, il PIL pro-capite è passato dai 6.360 dollari ai 14.066 dollari¹. Nonostante alcuni momenti di stallo (come la Guerra arabo-israeliana del Kippur (1973)), è stato di un periodo di inaudita crescita, trainata dal settore secondario (industria). Cerchiamo le cause del successo di quegli anni.

Fino al Secondo conflitto mondiale, l'Italia è stata una nazione essenzialmente agricola, in cui la mezzadria ha ricoperto un ruolo centrale, tanto dal punto di vista economico, quanto dal punto di vista sociale e culturale. L'Italia era una nazione agricola, in cui tuttavia la "cultura contadina" era assai evoluta. Non pensiamo ai mezzadri come ad una massa illetterata di servi della gleba. Benché analfabeti, erano spesso abituati a far di conto, per barattare i prodotti o dividerli con il padrone. Essendo impossibile prevedere l'abbondanza dei raccolti, erano avvezzi a vivere in condizioni di scarsità. La società contadina aveva imparato, per primaria necessità, ad esercitare un semplice ma efficace **controllo delle risorse**, imparando e perseguire con zelo **l'equilibrio finanziario**.

Queste due virtù non sono state scalfite dal boom economico del Dopoguerra; anzi, sono state preziosissime. La manodopera agricola, resa inutile dalla meccanizzazione, o ha trovato impiego nelle imprese, o si è

¹ Il valore è da riferirsi al dollaro internazionale 1990 PPA. I dati sono tratti da: V. Daniele, P. Malanima, *Il prodotto delle regioni e il divario Nord-Sud in Italia (1861 – 2004)*, in "Rivista di politica economica", marzo-aprile 2007, p. 295 e ss. L'articolo è disponibile al seguente link: http://www.rivistapoliticaeconomica.it/2007/mar-apr/Daniele_malanima.pdf.

trasformata essa stessa in piccola imprenditoria. Non è un caso se le piccole e medie imprese a conduzione familiare sono state il nerbo dell'economia italiana del Dopoguerra.

La crisi petrolifera, iniziata nel 1979 e terminata nel 1983, ha decretato l'inizio di un nuovo ciclo economico, i cui termini sono compresi fra il 1983 e il 1993: in questo decennio, il reddito pro-capite è passato da 14.066 dollari (nel 1983) a circa 17.289 dollari (nel 1993)². Il settore terziario (servizi, banche, assicurazioni) è stato il protagonista della nuova ondata di crescita.

Nel 1994, il governo Amato ha deciso la svalutazione della lira, segnando bruscamente la fine del ciclo. Quello successivo ha raggiunto nuovamente l'apice nel 2008. Il terziario avanzato (professionisti) ha guidato l'ulteriore fase di crescita, ma – ahimè – ha pure causato la crisi economica, cominciata negli Stati Uniti e propagatasi in tutto il mondo.

Oggi, ci troviamo nel momento in cui, fra il ghiaccio, cominciano a vedersi i primi timidi germogli della ripresa. A differenza di altre nazioni, come Germania e USA, l'Italia sta stentando, mal'economia non tarderà a ripartire.

Un primo segnale positivo viene dal mercato immobiliare, che sta registrando un aumento delle vendite. È un segnale importante, perché significa che i prezzi sono giunti al minimo e cominciano ad attirare la domanda: la gente ne approfitta, per comprare casa. Il mercato immobiliare tornerà al suo massimo, entro il 2024, secondo le stime più accreditate.

Dobbiamo allacciare le cinture di sicurezza, perché il prossimo ciclo economico premerà il piede sull'acceleratore. La storia ci insegna, infatti, che più la crisi è grave, più la ripresa è forte. Così è accaduto negli Stati Uniti, negli anni successivi alla crisi del 1929. All'inizio degli anni Trenta, a New York, la gente moriva letteralmente di fame. Alla fine del decennio, le industrie statunitensi erano in grado di produrre in media una nave da guerra al giorno!

². Daniele, P. Malanima, *Il prodotto delle regioni e il divario Nord-Sud in Italia (1861 – 2004)*, op. cit.

Poiché la crisi del 2008 è stata ben peggiore della crisi del 1929, possiamo attenderci uno sviluppo senza precedenti. È di vitale importanza, dunque, chiedersi in che direzione andrà l'economia. Quale sarà il settore trainante?

Il futuro del PIL sarà la Connection Economy, che assorbirà gran parte dei vecchi settori, fra cui industria e servizi. La Connection Economy non è soltanto un nuovo modo di produrre, ma soprattutto un nuovo modo di comunicare. Si tratta di un mutamento sistemico, non soltanto settoriale. La Rete, il Web, sta diventando la vera protagonista dell'economia, in grado di aprire scenari e prospettive dal potenziale illimitato.

1.2 L'Economia Industriale

Torniamo un po' indietro nel tempo.

Dal punto di vista economico, il secolo appena trascorso è stato caratterizzato da due fenomeni:

1. Lo sviluppo tecnologico;
2. Lo sviluppo industriale.

È innegabile che il Ventesimo secolo abbia assistito al più rapido progresso tecnologico ed industriale di tutti i tempi. I due elementi fanno parte di un circolo: lo sviluppo tecnologico favorisce lo sviluppo industriale, perché mette a disposizione nuovi materiali, nuove tecniche, nuovi sistemi di trasporto, di comunicazione, etc. L'industria, d'altro lato, fa della ricerca tecnologica un punto di forza e un'opportunità, per vincere la concorrenza. Il modello dello sviluppo industriale non è stato paradigmatico soltanto per l'economia, ma anche per altri ambiti antropici. Il modello della fabbrica si è imposto nella formazione, nella burocrazia, condizionando finanche le relazioni sociali. Per descrivere il sistema economico del Novecento, possiamo parlare di **Economia Industriale**.

L'Economia Industriale ha concentrato ogni sforzo sulla **quantità**: riduzione dei tempi di produzione, aumento delle quantità di prodotto, aumento delle dimensioni degli impianti. La crescita economica è stata sinonimo di aumento della quantità, indirettamente proporzionale al

tempo: tanti prodotti, realizzati nel minor tempo possibile. La velocità è stato uno dei miti del Ventesimo Secolo.

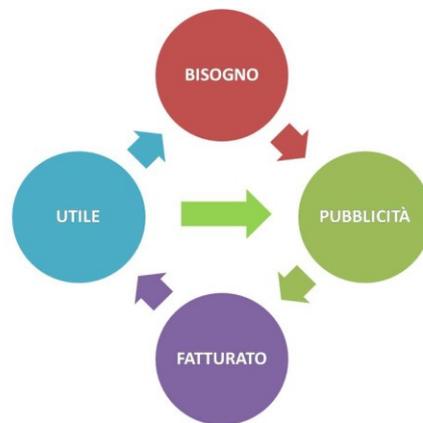
Ogni sforzo è stato concentrato sul lavoro fisico, sulla ripetitività delle operazioni, sulla performance. La *routine* ha generato una **zona di comfort**. Gli operai andavano a dormire con la consapevolezza che avrebbero timbrato il cartellino all'indomani e tutte le mattine della loro vita, fino alla pensione. La gente viveva con il mito del *posto fisso*, il quale ha anestetizzato gli animi, creando una folla di “mangiatori di loto³”.

La sfera quantitativa ha fatto perdere di vista la qualità, non solo in seno alla produzione, ma anche rispetto al cliente. L'Economia Industriale ha prodotto per un solo cliente: la massa. L'individualità dei singoli membri è sparita dietro al mito della quantità.

La massa è neutra, è un tutto indistinto.

Come comunicavano le aziende con i clienti? Quali canali utilizzavano per proporre i propri prodotti e per comunicare il proprio brand? Attraverso i mezzi di comunicazione di *massa*: TV, radio, giornali, interviste, affissionistica, etc.

Le aziende compravano pubblicità sui media, cercando di attrarre l'attenzione delle persone; distribuivano i prodotti; creavano profitto e, con una parte degli utili generati, tornavano a comprare pubblicità, ricominciando il ciclo da capo.



³ I mangiatori di loto (lotofagi) erano un popolo che Ulisse incontrò durante le sue peregrinazioni. Il loto faceva dimenticare il passato e vivere in una sorta di limbo felice (Omero, *Odissea*, IX, 105 - 133).

Ricordi *Carosello*, il celeberrimo programma televisivo andato in onda sulla RAI dal 1957 al 1977? Era un format geniale: una serie di *sketch* d'intrattenimento, ognuno dei quali introduceva degli spot pubblicitari. Era un capolavoro d'integrazione fra spettacolo di alta qualità e pubblicità, che registrava un'*audience* altissima. Tutti all'epoca erano pazzi per la televisione, che già era il mezzo preferito dalle grandi aziende per comunicare con i potenziali clienti. La TV aveva acquistato un'immensa autorevolezza: tutto ciò che diceva era vero. Anch'io, da piccolo, guardavo Carosello prima di andare a letto. Ancora odo la voce di mia nonna, che esclamava: "Se lo dice la TV, è vero!". Quale esempio migliore di pubblicità di massa, per la quale gli uomini non sono altro che numeri, pura quantità?

La pubblicità ha funzionato benissimo (e in parte continua a farlo), ma nel corso del tempo ha mostrato un difetto insormontabile: "disturba" il potenziale cliente. Immagino sia capitato anche a te: stavi gustando il *filmone* della Prima visione RAI, arrivava il momento della scena *clou* del film e puntualmente, sul più bello, partivano gli spot pubblicitari!

La televisione e gli altri mezzi di comunicazione di massa hanno perso autorevolezza: in parte perché la gente si è stancata di una pubblicità troppo invasiva; in parte perché il livello culturale si è alzato. Più che una questione di scolarizzazione, dobbiamo parlare di formazione: la scuola, nel Dopoguerra, ha concentrato le sue risorse sull'insegnamento accademico, che non sempre ha fornito gli strumenti necessari a leggere la contemporaneità.

È un problema che persiste – attenuato – oggi e che dipende essenzialmente da un modello educativo, che durante il secolo scorso ha rivelato enormi limiti. Siccome è un aspetto rilevante, ne parlerò nel prossimo sottoparagrafo, per discutere poi della produzione e del marketing.

1.2.1 L'istruzione

La Prima rivoluzione industriale e il sistema educativo di stampo illuministico sono stati i due pilastri dell'Economia Industriale. Oggi tale

sistema è in profonda crisi e si avverte un'esigenza di ri-forma. Assistiamo a due fenomeni rivoluzionari, che hanno messo in crisi il precedente sistema. Da un lato, la crisi economica ha tolto il velo al futuro: il mondo cambia a ritmi così rapidi, che l'educazione scolastica non riesce più a soddisfare le esigenze degli studenti: il titolo di studio non garantisce più un lavoro stabile. Tu potresti esserti formato per anni in un settore, che improvvisamente sparisce, soppiantato da qualche innovazione straordinaria. D'altro lato, la globalizzazione ha messo in crisi il concetto di identità culturale. Gli studenti vivono in un orizzonte interculturale: qualsiasi punto di riferimento proveniente da una formazione accademica è messo facilmente in crisi, perché lo scontro con altre culture evidenzia le diversità. Le differenze aprono alla relatività dei valori.

Le domande da porsi, allora, sono due:

- Come strutturiamo l'educazione, affinché renda i nostri studenti in grado di affrontare il mondo del lavoro, in un'economia che va incontro a cambiamenti sempre più repentini?
- Come educare gli studenti al senso d'identità nazionale (di comunità e di cultura), in un processo di globalizzazione?

Prima di parlare di soluzioni del problema, occorre chiarire che si sta procedendo nel modo sbagliato: i vari paesi stanno cercando di trovare risposte pedagogiche nuove, riproponendo i meccanismi educativi del passato. È un vero paradosso: stanno affrontando problemi nuovi con mezzi vecchi.

Il risultato è che milioni di giovani stanno perdendo le motivazioni per terminare con successo gli studi. La mia generazione è cresciuta in un contesto sociale, in cui l'educazione scolastica poteva garantire un successo professionale duraturo. Si frequentava la scuola con l'idea che, conseguita una laurea universitaria, si sarebbe facilmente trovato un buon lavoro, fisso e remunerativo, per tutta la vita.

I giovani di oggi non credono più in questo modello e non hanno torto. Lo studio non garantisce l'accesso al mondo del lavoro. Il fatto è che il sistema educativo occidentale è stato formalizzato durante l'Illuminismo

(Diciottesimo secolo), in concomitanza con la prima Rivoluzione industriale. In quest'epoca ha visto la luce l'idea d'**istruzione pubblica**, obbligatoria e gratuita per tutti, finanziata attraverso il pagamento delle tasse. Si è trattato di un'idea rivoluzionaria, che ha combattuto pregiudizi sedimentatisi per secoli: molti intellettuali europei, infatti, condizionati da un modello di società fortemente gerarchica, ritenevano ancora che i figli delle classi lavoratrici fossero geneticamente incapaci di leggere e scrivere.

La nascente Economia Industriale aveva bisogno di un innalzamento generale dei livelli culturali e delle capacità di ragionamento. Non a caso, il sistema scolastico fu imperniato attorno al principio base del modello cognitivo illuministico: il ragionamento deduttivo-astratto. Qualunque altra modalità conoscitiva restava esclusa. Qualora fossi stato bravo in matematica, italiano, storia, geografia, etc., allora saresti stato classificato fra gli intelligenti; ma, qualora fossi stato il falegname più talentuoso del regno, per tua natura incapace nelle discipline scolastiche, allora il tuo destino scolastico sarebbe stato inevitabilmente quello di essere annoverato fra i *somari*.

Il sistema scolastico attuale, secondo un criterio riduzionistico, divide gli studenti in due soli profili: l'intelligente e il non intelligente, chi è in grado di padroneggiare gli strumenti del ragionamento astratto e chi non lo è. Il risultato – iniquo! – è che molte persone talentuose pensano di non esserlo affatto, perché non rientrano nei canoni di valutazione scolastica.

Credi che studiare le equazioni di secondo grado ($ax^2+bx+c = 0$) avrebbe contribuito a rendere Dante quel genio della letteratura che tutto il mondo ammira? Lasciando da parte gli esempi celebri, pensa alla tua carriera scolastica. Quante nozioni hai dovuto apprendere, che poi si sono rivelate praticamente inutili per la tua carriera lavorativa? Ricordi come si risolve un'equazione di secondo grado? Sicuramente sì, se sei un matematico o un ingegnere. La maggior parte delle persone, tuttavia, lo dimentica, perché non gli serve a nulla ricordarlo.

La vittima principale del sistema educativo occidentale è stata l'**arte**. Tutte le arti mirano all'esperienza estetica, ossia quel momento in cui i sensi

e la mente raggiungono il massimo dell'attività e traggono da questa attività la massima soddisfazione. Il contrario d'esperienza estetica è comportamento anestetico, un atteggiamento di assoluta passività, con conseguente perdita del senso di realtà, nei confronti di quello che stai facendo.

Gli studenti di oggi vivono la loro istruzione come fossero anestetizzati. Il motivo risiede proprio nell'assoluta mancanza di **arte**: un'istruzione costruita attorno al ragionamento logico-deduttivo fa tutt'uno con il modello produttivo industriale. Tutto è funzionalizzato: le campane che scandiscono il tempo, i bagni divisi per sesso, le classi divise per età, i tecnici specializzati nelle varie discipline (professori).

La scuola è vittima della standardizzazione e dimentica la sua missione fondamentale: sostenere e potenziare la creatività dei ragazzi, partendo dall'assunto che tutti gli studenti hanno delle qualità.

Se si vuole riformare il sistema scolastico, occorre abbandonare il modello illuministico e procedere nella direzione esattamente opposta: mettere al centro la creatività artistica.

Faccio una precisazione:**qui, per arte, non intendo solo una produzione puramente estetica (come le opere pittoriche, musicali, letterarie, etc.), ma un approccio creativo a tutti gli aspetti della vita. Arte è la capacità di trovare soluzioni originali ai problemi esistenti, in qualsiasi campo, sia teorico, che pratico.** È arte tanto una tecnica innovativa di salto con l'asta, quanto la nuova formula chimica di una molecola ultrasistente. Ogni volta che risolvi brillantemente un problema sul lavoro, stai producendo arte.” I cambiamenti economici e la società multietnica impongono la necessità di non avere teste piene di nozioni, ma «**teste ben fatte**». Quanti studenti dimenticano quasi tutto, dopo un'interrogazione? Moltissimi. Perché? Perché ciò che hanno studiato era estremamente nozionistico, privo di reale utilità.

Non conta quante cose hai imparato sui libri, ma come riesci ad usare gli insegnamenti ricevuti nella vita di tutti i giorni. La sfida educativa del

futuro è fare sì che il nozionismo fine a se stesso non sia più il fulcro della formazione. Occorre premiare l'arte.

Per premiare l'arte, la scuola va ripensata daccapo, a partire dalla sua organizzazione (alunni raggruppati per età, programmi, lezioni frontali, prove, test, valutazioni). La scuola si fonda troppo su procedimenti lineari, ripetitivi, modulari, tipici della produzione standardizzata, fulcro dell'Economia Industriale.

L'arte è la capacità di essere diverso, di essere originale; è la capacità di sapersi adattare ai cambiamenti e ristrutturare il proprio pensiero in modo flessibile. Oscar Wilde diceva che l'arte è "creare qualcosa di nuovo, importante, utile.

L'istruzione deve aprirsi al pensiero *divergente*, cioè la capacità di trovare molteplici risposte ad una medesima domanda.

Il pensiero divergente è una capacità innata che si deteriora con il progredire dell'età. È stato infatti dimostrato che le massime potenzialità del pensiero divergente sono toccate entro i sette anni. La capacità di trovare risposte alternative agli stessi problemi comincia a venire meno, proprio con l'ingresso a scuola. Ciò accade perché la pedagogia scolastica non si fonda sul pensiero divergente, ma sul pensiero convergente, cioè sull'intelligenza logica, deduttiva, lineare, tanto cara all'Illuminismo. Non appena entrano a scuola, i bambini sono sottoposti ad un lungo processo di anestetizzazione, che spegne lentamente la scintilla del pensiero divergente, con l'abitudine a svolgere compiti ripetitivi, modulari ed individuali.

Per riformare la scuola e dare slancio al pensiero divergente, occorre promuovere il lavoro creativo ed eliminare le contrapposizioni rigide: accademico-non accademico, pratico-teorico, etc.

La creatività è incoraggiata nel lavoro di squadra. Quando le menti vengono sommate, il risultato è superiore alla somma delle parti. L'istruzione non può essere concentrata sull'individuo, perché il contesto di vita degli uomini è sempre sociale. La scuola deve farsi promotrice del gruppo, a cominciare dal contesto sociale, storico e politico in cui opera. La

scuola, infatti, non è un in sé, ma *vive* in un ambiente sociale, fatto di luoghi e persone: il quartiere, il paese, la comunità, etc.

Un esempio di pensiero divergente?

Rispondi alla seguente domanda: *Quanti modi ci sono per utilizzare un pixel? Forse troverai tre o quattro risposte, ma in realtà ce ne sono decine.* Domandati come usare un pixel in maniera non convenzionale.

Alex Tew era uno studente ventenne e squattrinato, che voleva studiare all'università. Voleva risolvere il problema dei soldi, senza chiedere prestiti o cercare dei piccoli impieghi, da conciliare con lo studio. Dopo aver scartato molti progetti, ebbe un'intuizione semplice e geniale: decise di creare una pagina web e vendere ad un dollaro ogni singolo pixel della pagina, come fosse uno spazio pubblicitario. Poiché una pagina web contiene circa un milione di pixel, se fosse riuscito a venderli tutti, avrebbe risolto tutto i suoi problemi finanziari.

Nell'agosto del 2005, mise online la pagina "The million dollar page" (<http://www.milliondollarhomepage.com/>). Dopo due sole settimane, Tew riuscì a guadagnare il denaro necessario per il suo primo anno di *college*. La sua idea divenne celebre nei forum e nelle community, tanto da attirare l'attenzione di importanti testate inglesi, come il Daily Mirror. Il suo sito divenne uno dei più visitati: a dicembre del 2005, Alex aveva venduto 990.000 pixel. I restanti furono messi all'asta su e-Bay e venduti a gennaio 2006 per 38.100 dollari. Grazie al pensiero divergente, Alex Tew è stato capace di incassare 1.028.100 dollari, con un investimento di appena 50 dollari (l'acquisto del dominio).

Come vedi, pensare in modo differente, divergere rispetto allo *status quo*, è la via attraverso cui affrontare il futuro. Un nuovo modello educativo incentiverà l'innovazione creativa. Concentrare l'attenzione sul pensiero divergente tragherà la società dall'Economia Industriale alla Connection Economy. Passeremo da una produzione destinata alla massa ad un'economia rivolta agli *strambi* (*sic!*).

[...]

Vorresti leggere l'intero libro!?

Vai subito su www.connectioneconomy.it e ordina la tua copia, disponibile in tre formati:

- 1) E-book in formato pdf
- 2) Libro a stampa
- 3) Libro a stampa personalizzato (con autografo del Prof. Simone Brancozzi)

SOMMARIO

MANIFESTO (p. 3)

PARTE 1. LA CONNECTION ECONOMY

CAPITOLO 1: COS'È LA CONNECTION ECONOMY (p. 9)

1.1 I cicli economici

1.2 1.2 L'Economia Industriale

1.3 Un nuovo tipo di economia: la Connection Economy

CAPITOLO 2: L'ARTE (p. 43)

2.1 Le idee straordinarie

2.2 L'inerzia della mente

2.3 Il nuovo

2.4 L'arte e il dono

2.5 La curva di Roger

2.6 Connection Economy e tribù

2.7 Grinta e straordinarietà

2.8 Web – Social – Webmarketing

CAPITOLO 3: IL PENSIERO DIVERGENTE (p.85)

3.1 Innovazione e rischio

3.2 Innovazione e creatività

3.3 Un solo pensiero creativo? No, cinque

3.4 Il pensiero degenerativo e le sue fasi

3.5 Tecniche creative

3.6 La matrice delle idee

3.7 Tecniche di impregnazione

3.8 Tecniche di divergenza

3.9 Tecniche di convergenza

3.10 Chi decide?

CAPITOLO 4: I TREND DELLA CONNECTION ECONOMY (p. 111)

4.1 Che cosa sono i 14 trend?

4.2 Rapporto diretto fra produttori e consumatori

- 4.3 La potenza della voce del singolo
- 4.4 Lo story-telling
- 4.5 Il minimo di attenzione
- 4.6 La coda lunga
- 4.7 L'outsourcing
- 4.8 La scomposizione totale
- 4.9 Una miriade di modi per comunicare
- 4.10 Il rapporto diretto fra consumatori
- 4.11 La mutazione della costellazione di scarsità e abbondanza
- 4.12 La vittoria delle idee straordinarie
- 4.13 Dalla quantità alla qualità
- 4.14 Il lusso per tutti
- 4.15 Autostrade a costo zero

CAPITOLO 5: IL GRATIS (p. 139)

- 5.1 Perché il digitale tende al gratis?
- 5.2 Le regole del Gratis
- 5.3 Le tipologie di gratuità
- 5.4 Gratuità e Connection Economy

CAPITOLO 6: LE TRIBÙ (p. 153)

- 6.1 La massa e gli strambi
- 6.2 Le tribù
- 6.3 Le Tribù ed il Web

PARTE 2. IL WEB MARKETING

CAPITOLO 7: COS'È IL WEB MARKETING (P. 167)

- 7.1 Cosa il web marketing non è
- 7.2 Cos'è il web marketing
- 7.3 I segreti del web marketing

CAPITOLO 8: IL LEADING (p. 183)

- 8.1 Le pagine web
- 8.2 I social networks

8.3 Le Ads

CAPITOLO 9: IL FOLLOW UP (p. 229)

9.1 Cos'è il follow up

9.2 Il contenuto

9.3 Le varie forme di contenuto

9.4 Lo stile comunicativo da adottare

9.5 Il databasing

9.6 Il mailer

CAPITOLO 10: IL CRM (p. 265)

10.1 Cos'è il CRM

10.2 Gli strumenti del CRM

CAPITOLO 11: LA REPORTISTICA (p. 271)

11.1 Cos'è

11.2 Tipologie di reportistica

11.3 Strumenti di analisi

Conclusione (p. 275)

OMAGGIO (p. 276)

LETTURE CONSIGLIATE (p. 277)

Vorresti leggere l'intero libro!?

Vai subito su www.connectioneconomy.it e ordina la tua copia, disponibile in tre formati:

- 1) E-book in formato pdf
- 2) Libro a stampa
- 3) Libro a stampa personalizzato (con autografo del Prof. Simone Brancozzi)