

“I Player dell’Information Technology e il Web 2.0 in Italia”

Mille Ottani e [SurvEye.info](http://www.surveye.info) hanno proposto nel periodo Settembre-Ottobre 2009 un sondaggio online (sul sito www.surveye.info) per scoprire il grado di conoscenza e utilizzo del Web 2.0 da parte delle aziende italiane del comparto Information Technology.

Le risposte ottenute sono state 98 (74% Vendor) ed i risultati forniti da [Quorum PR](http://www.quorumpr.com) sono riportati all’interno di questo documento.



CENNI INTRODUTTIVI

L'indagine svolta ha visto la partecipazione di 98 aziende, principalmente Vendor, eterogenee per dimensione, tipologia merceologica specifica e segmenti di mercato di riferimento. Il 96% dei partecipanti appartiene ai reparti Direzione generale, Direzione Marketing e Direzione vendite.

Dai risultati ottenuti dalla presente indagine risulta un rapporto tra Player dell'Information Technology e Web 2.0 in fase di evoluzione verso un nuovo scenario.

La conoscenza generale del fenomeno risulta considerevole: più del 90% dichiara infatti di conoscere Blog, Social Network, Web Video e Forum.

La presenza del Web 2.0 appare superiore nella vita privata che nelle strategie delle aziende. L'89% dei rispondenti frequenta infatti personalmente ambiti di Social Networking, mentre le imprese che utilizzano in generale i nuovi strumenti sono il 52% del panel analizzato.

In azienda al momento prevalgono Web Video, Forum e Social Networking.

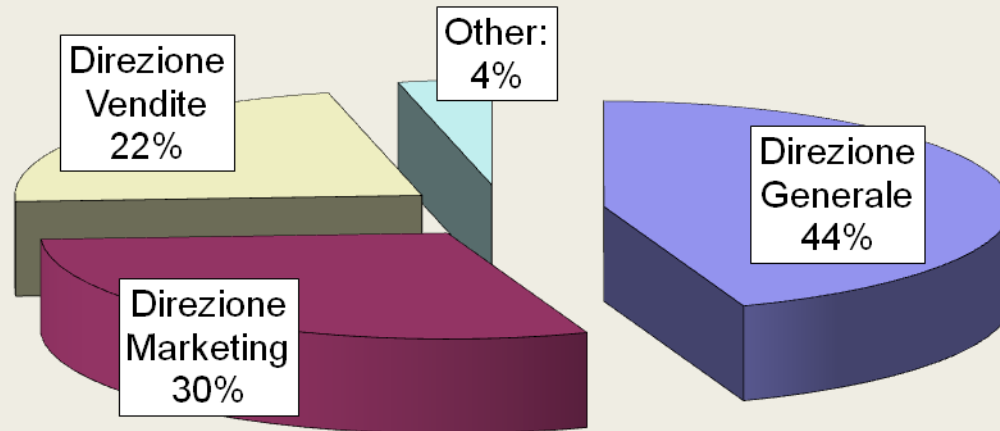
Il 72% dei Player che frequenta attivamente ambiti web 2.0 lo fa da meno di un anno. Il 74% delle aziende che non lo fa intende attivarsi in futuro prevalentemente con soluzioni sviluppate internamente. Gli investimenti marketing nei prossimi anni verranno indirizzati verso il web 2.0, per il 79% dei partecipanti.

In conclusione si può affermare che all'iniziale perplessità di Manager ed aziende verso la novità del Web 2.0 riscontrate negli anni scorsi, siamo in presenza di una fase di incremento di conoscenza ed interesse che porterà entro breve ad una adozione massiva di nuovi strumenti. Si tratta di una evoluzione epocale che modificherà il modo di fare marketing e di rapportarsi con il pubblico di riferimento anche nel settore I.T.



PROFILO DEI PARTECIPANTI

Nella sua azienda in quale reparto lavora ?



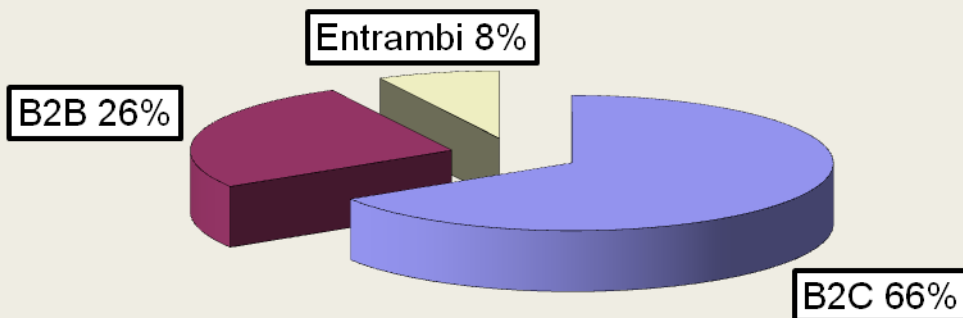
I Partecipanti appartengono a Reparti particolarmente vicini all'utilizzo degli strumenti Web 2.0 in azienda.

CONOSCENZA DEGLI STRUMENTI

| Conosce i seguenti strumenti del Web 2.0? | SI | NO |
|---|-----|-----|
| <i>Social network</i> | 96% | 4% |
| <i>Blog</i> | 93% | 7% |
| <i>Web video</i> | 92% | 8% |
| <i>Forum</i> | 92% | 8% |
| <i>Mondi virtuali</i> | 73% | 27% |
| <i>User Generated Content</i> | 55% | 45% |

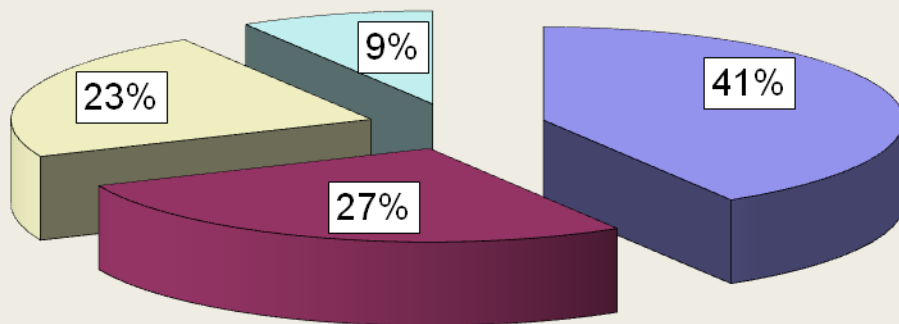
La conoscenza personale di alcuni degli ambiti Web 2.0 più noti risulta elevata. Il B2B sembra essere un segmento legato principalmente al marketing tradizionale.

Secondo Lei, sono strumenti maggiormente rivolti al:



FONTI DELLA CONOSCENZA

Come è venuto a conoscenza di questi strumenti?



■ Tramite riviste e siti specializzati

■ Partecipando a seminari ed eventi

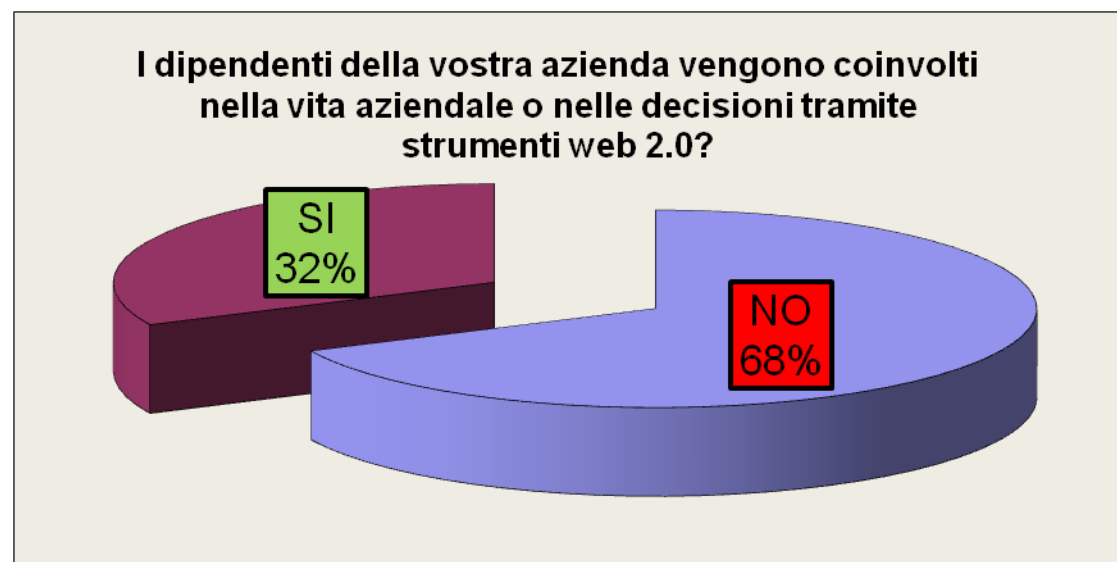
□ Leggendo dei libri

□ Navigando su internet

Libri e seminari risultano essere fonti rilevanti di approfondimento pareggiando la percentuale detenuta da Web e riviste.

WEB 2.0 NELLA VITA ED IN AZIENDA

| Lei utilizza personalmente strumenti Web 2.0 ? | SI | NO |
|--|-----|-----|
| <i>Blog</i> | 58% | 42% |
| <i>Social Network</i> | 89% | 11% |



La presenza del Web 2.0 nella vita privata della maggior parte degli intervistati non trova riscontro nella vita aziendale delle loro Imprese.

INTERESSE VERSO GLI STRUMENTI

| Quanto sono interessanti per la Vostra azienda gli strumenti del web 2.0 ? | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Val.Media |
|--|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-------------|
| Web video | 4% | 8% | 14% | 22% | 30% | 22% | 3,32 |
| Forum | 8% | 10% | 18% | 18% | 30% | 16% | 3,00 |
| Social network | 6% | 18% | 16% | 14% | 31% | 16% | 2,94 |
| Blog | 21% | 8% | 17% | 17% | 13% | 23% | 2,63 |
| Wiki | 20% | 12% | 10% | 18% | 33% | 8% | 2,57 |
| User Generated Content | 15% | 13% | 15% | 30% | 13% | 15% | 2,57 |
| Mondi virtuali | 54% | 24% | 7% | 4% | 4% | 7% | 1,00 |

Note: votazione da 0 a 5: 0=nessun interesse; 5=grande interesse

L'interesse maggiore è riscontrabile in formule meno recenti di Web 2.0, come Web Video e Forum. L' U.G.C., non conosciuto dal 45% dei partecipanti, ottiene una valutazione contenuta inducendo a pensare che le formule di cocreazione sono e rimarranno ancora per il prossimo periodo in fase embrionale nel settore I.T.

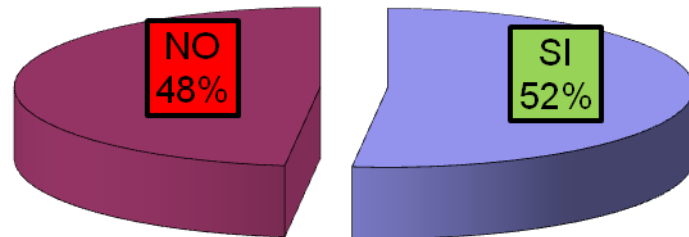
RISCHI VS OPPORTUNITA'

| Alcune attività Web 2.0 possono essere viste come rischi o come opportunità per la propria azienda. Voi come vedete | Rischio | Opportunità | Entrambe |
|---|---------|-------------|----------|
| Forum | 8% | 76% | 16% |
| User Generated Content | 15% | 60% | 26% |
| Social network | 17% | 50% | 33% |
| Blog | 17% | 44% | 38% |

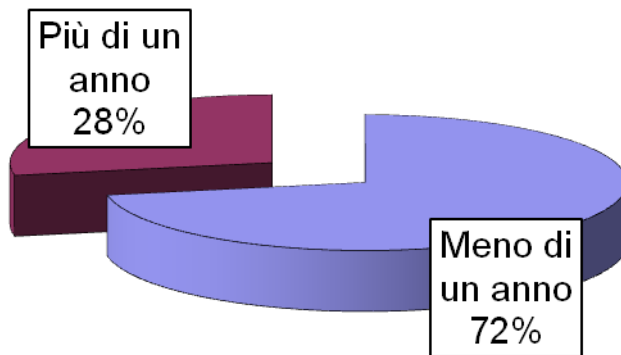
Social Network e Blog vengono visti da numerosi Partecipanti con un livello di timore non limitato. Questo, in particolare per i Blog, potrebbe influire sull'avvicinamento delle aziende a questi ambiti.

IMPIEGO DEGLI STRUMENTI WEB 2.0

La vostra Azienda utilizza strumenti Web 2.0?



Da quanto tempo?



Conoscenza ed interesse non si riflettono ancora nell'utilizzo in azienda. L'adozione recente (72% da meno di un anno) fa pensare ad un momento di transizione terminato il quale la maggior parte delle imprese IT saranno più vicine ai nuovi ambiti Web 2.0.

IMPIEGO DEGLI STRUMENTI WEB 2.0

| Quali attività svolgete e quanto siete soddisfatti dai risultati ? | Non utilizziamo | Utilizziamo e siamo soddisfatti | Lo utilizziamo e non siamo soddisfatti |
|--|-----------------|---------------------------------|--|
| Web Video | 27% | 73% | 0% |
| Social network | 24% | 71% | 5% |
| Forum | 45% | 55% | 0% |
| Blog | 45% | 45% | 10% |
| User generated content | 64% | 32% | 4% |
| Mondi virtuali | 90% | 5% | 5% |

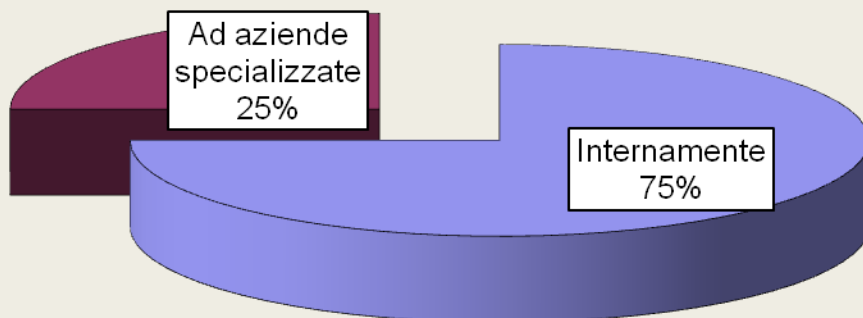
L'impiego di Web Video, strumento meno recente rispetto agli altri, fa riscontrare un livello totale di soddisfazione. I Social Network, una delle soluzioni più recenti, si posizionano al secondo posto con un livello di soddisfazione inferiore. I mondi virtuali, fenomeno che in generale ha subito una battuta di arresto, appaiono lontani dal settore Information Technology.

IN FUTURO SEMPRE PIU' WEB 2.0

Oggi la vostra azienda non utilizza strumenti web 2.0 verso gli utenti finali. Intende farlo nel futuro?



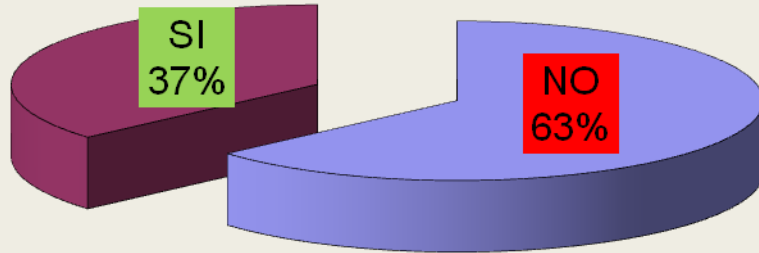
Svilupperete sistemi web 2.0 nel futuro, lo farete direttamente o tramite società specializzate?



Lo scenario sta mutando velocemente ed il 74% delle aziende che ancora non utilizzano strumenti Web 2.0 (48% dei partecipanti), ha intenzione di attivarsi. Il legame tra Information Technology e Web 2.0 quindi si rafforzerà e riguarderà la quasi totalità dei Player. Tra le scelte organizzative prevale la propensione al “fai da te”.

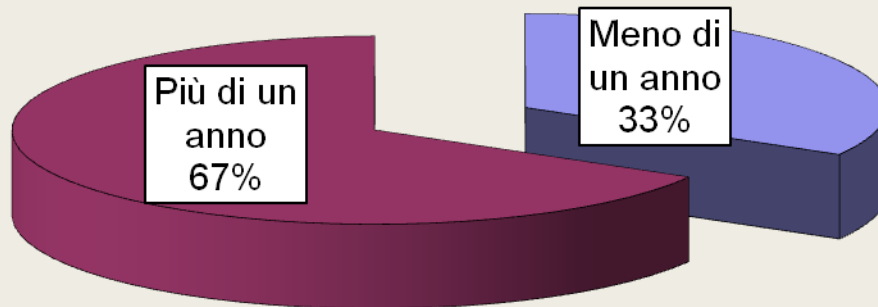
VENDOR E DISTRIBUTORI vs DEALER

Utilizzate strumenti web 2.0 verso i rivenditori?



Lo scarso utilizzo dei nuovi strumenti da parte di Vendor e Distributori verso i Rivenditori conferma l'indicazione iniziale secondo cui i partecipanti ritengono che il Web 2.0 sia un ambito maggiormente adatto ai rapporti con gli utenti finali.

La vostra azienda utilizza strumenti web 2.0 verso i rivenditori, da quanto tempo?



Note: quesiti rivolti solo a Vendor e Distributori

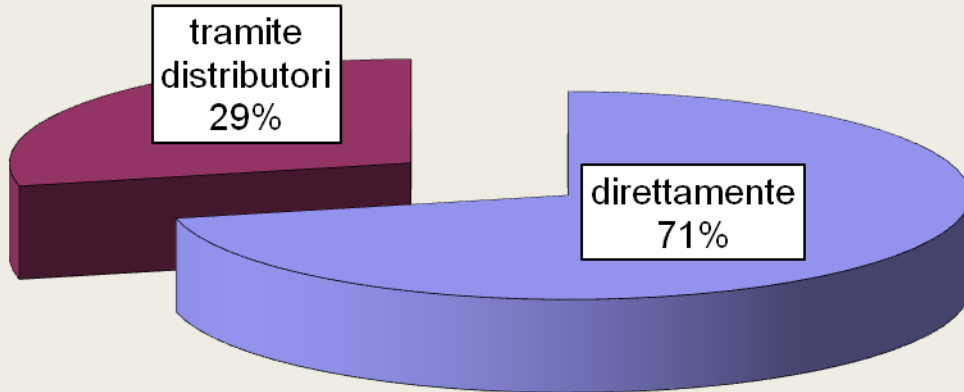
VENDOR E DISTRIBUTORI vs DEALER

| La vostra azienda utilizza strumenti web 2.0 verso i rivenditori, cosa utilizzate e quanto ne siete soddisfatti ? | Lo utilizziamo e siamo soddisfatti | Non lo utilizziamo | Lo utilizzo e non siamo soddisfatti |
|---|------------------------------------|--------------------|-------------------------------------|
| Web Video | 62% | 38% | 0% |
| Social network | 52% | 38% | 10% |
| Forum | 48% | 38% | 14% |
| Blog | 33% | 62% | 5% |
| User generated content | 29% | 62% | 10% |
| Wiki | 19% | 67% | 14% |
| Mondi virtuali | 10% | 81% | 10% |

IL 37% di Vendor e Distributori intervistati utilizzano i Web Video verso i Rivenditori nel 62% dei casi. Questo strumento è stato introdotto nella versione [VideoPillole](#) in distribuzione nel 2007 ed oggi risulta essere di soddisfazione per tutti quelli che lo adottano (0% di insoddisfazione) confermando i dati precedenti.

VENDOR E DISTRIBUTORI vs DEALER

La vostra azienda utilizza strumenti web 2.0 verso i rivenditori, lo fate direttamente o tramite dei distributori?



Il 29% delle attività Web 2.0 relative ai Vendor passa dai Distributori. Una buona parte di queste attività è probabilmente relativa ai Web Video che attualmente risulta la formula Web 2.0 più diffusa in distribuzione e più adatta ad una gestione indiretta.

Note: quesito rivolto solo ai Vendor

STRUMENTI WEB 2.0 E INVESTIMENTI

| Come cambieranno secondo Lei gli investimenti in comunicazione nei prossimi due anni nel settore IT ? | Gli investimenti aumenteranno | Gli investimenti saranno stabili | Gli investimenti diminuiranno |
|---|-------------------------------|----------------------------------|-------------------------------|
| <i>strumenti di comunicazione tradizionale</i> | 17% | 62% | 21% |
| <i>strumenti web 2.0</i> | 79% | 19% | 2% |

L'incremento della conoscenza, dell'interesse e dell'utilizzo degli strumenti Web 2.0 trova riscontro anche nelle previsioni di investimento. Da quanto rilevato è quindi auspicabile un progressivo avvicinamento del settore Information Technology alle nuove modalità di comunicare e di rapportarsi con i Clienti.

“I Player dell’Information Technology e il Web 2.0 in Italia”

Mille Ottani e [SurvEye.info](http://www.surveye.info) hanno proposto nel periodo Settembre-Ottobre 2009 un sondaggio online (sul sito www.surveye.info) per scoprire il grado di conoscenza e utilizzo del Web 2.0 da parte delle aziende italiane del comparto Information Technology.

Le risposte ottenute sono state 98 (84% Vendor) ed i risultati forniti da [Quorum PR](#) sono riportati all’interno di questo documento.

