

Comunic/Azione

COMUNICARE OGGI FRA NARRAZIONI E NUOVE TECNOLOGIE



24 gennaio 2013, ore 15,30

**Aula magna Università di Modena e Reggio Emilia
Viale A. Allegri, 9 Reggio Emilia**



**CNA Comunicazione e Terziario Avanzato
Nazionale - Emilia Romagna - Reggio Emilia**



- Nel settembre del 1960, l'ingegnere aeronautico Manfred Clynes e lo psichiatra Nathan Kline ipotizzarono che per i viaggi nello spazio vi fosse la necessità di creare un'entità uomo-macchina capace di autoregolarsi[3]. Li qualificarono come organismi cibernetici e li battezzarono cyborg.



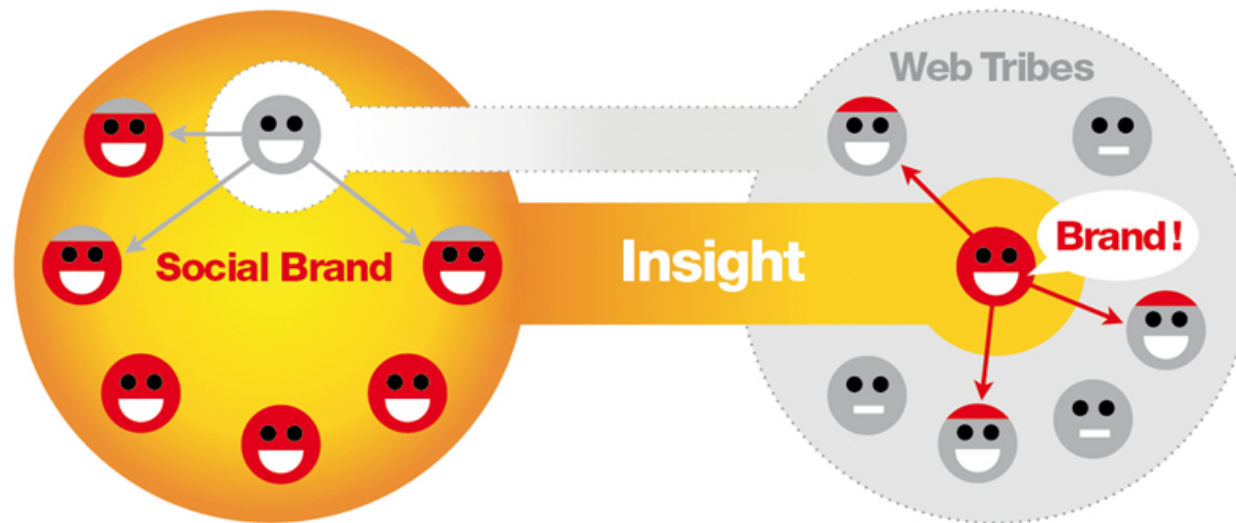
- Il cyborg non è né umano né macchina, espande la macchina verso l'umano e l'umano verso la macchina, confonde i confini tra i generi.

considerazioni, opinioni su un prodotto o su un brand
che avviene da persona a persona in modo informale.

Word-of-mouse: tipicamente
considerata una forma
di comunicazione verbale, il
passaparola è oggi potenziato dal
web (blog, forum e email).



Migliaia di consumatori accedono ogni giorno ai social media per discutere di una vasta gamma di brand e prodotti, rispetto ai quali compiono valutazioni, critiche, modifiche d'uso, miglioramenti ed innovazioni. Per le aziende diviene cruciale identificare in modo preciso gli insight proposti dalla user-driven innovation per adattare i propri processi produttivi e di costruzione del brand.



La Netnografia è il metodo di ricerca qualitativo di matrice etnografica che permette di entrare nelle esperienze autentiche di consumo degli utenti online al fine di orientare, potenziare e ottimizzare le strategie di business.



Perché è importante la Netnografia?

La Netnografia è fondamentale in ambito social media, contesto in cui diventa possibile monitorare il passaparola generato spontaneamente online dai consumatori attorno a un brand/prodotto al fine di capitalizzare tutti gli insight emersi dallo studio delle conversazioni.



Qual è il valore aggiunto della Netnografia

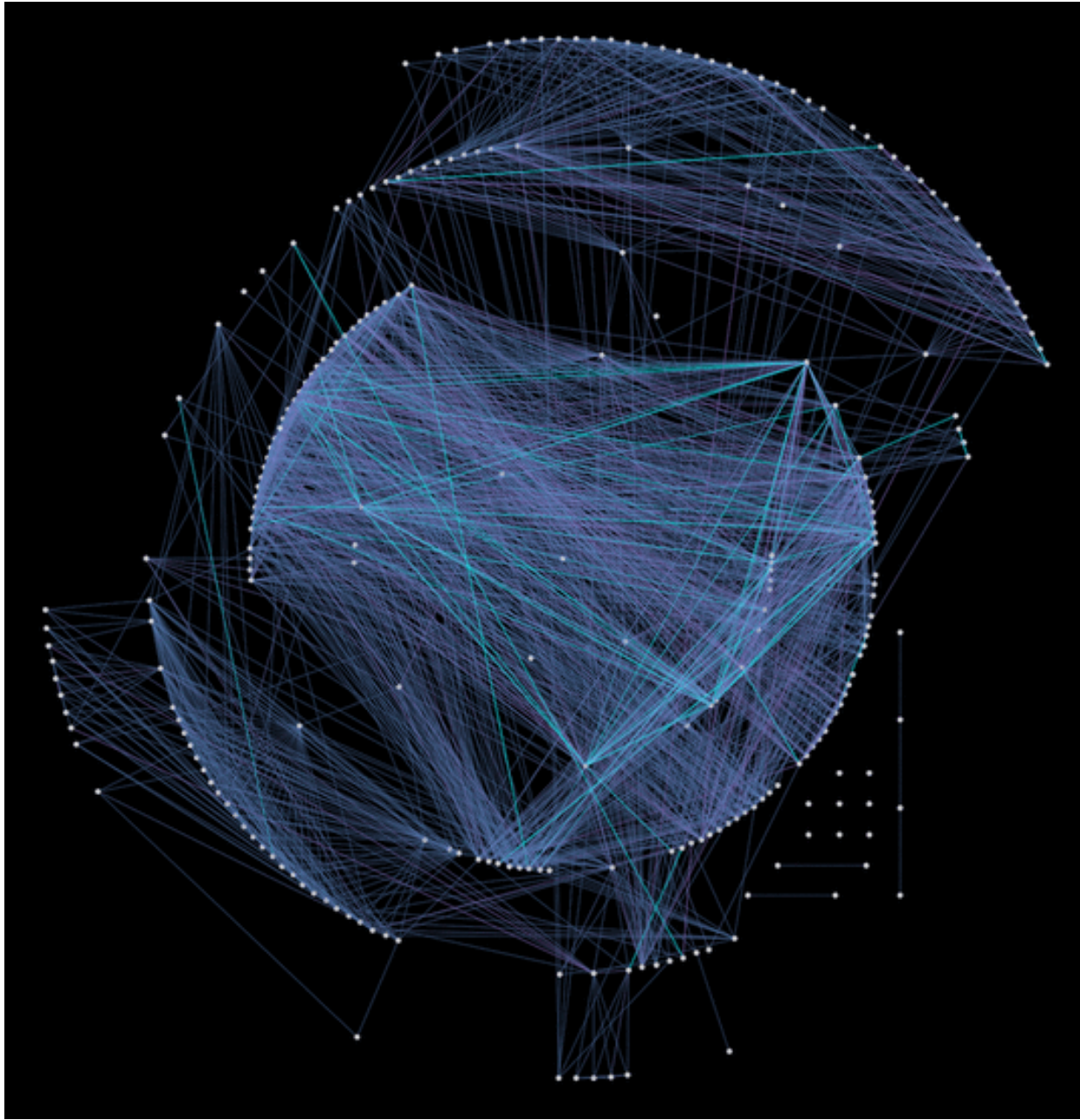
Il valore aggiunto offerto dalla Netnografia è la creazione di un Focus Group 2.0 che presenta due vantaggi fondamentali nell'analisi delle opinioni online:

- fornisce dati qualitativi "naturalistici" e non distorti, poiché spontaneamente generati dai consumatori
- consente di trasformare in reale valore economico la grande mole di dati qualitativi analizzati.

Qual è il valore aggiunto della Netnografia

Gli insight commerciali e culturali emersi in seguito ad un'analisi netnografica forniscono vantaggi competitivi in asset strategici quali:





- i Networked Publics* sono allo tempo stesso:
 - un luogo
 - gruppo di individui

ovvero sia lo **spazio** costruito dalle tecnologie di rete ("MySpace is like a park"), sia la **comunità immaginata** che emerge come risultato delle intersezioni fra le persone, le tecnologie e le pratiche.

**Danah Boyd*

Networked Publicis

- **1) Persistenza;**
- **2) Replicabilità;**
- **3) Scalabilità;**
- **4) Pubblici Indistinti.**

Persistenza

le critiche espresse on-line tra blog, forum e social network sono automaticamente registrate ed archiviate



mcDonald's

Cerca

[Ricerca avanzata](#)

Cerca nel Web Cerca solo nelle pagine in Italiano

Web [+ Mostra opzioni...](#)

Risultati 1 - 10 su circa 434.000 pagine in Italiano per mcDonald's. (0,05 secondi)

[McDonald's Italia](#) ★

La più grande catena di fast food in Italia e nel mondo. Sit ufficiale di **McDonald's Italia**.
www.mcdonalds.it/ - [Copia cache](#) - [Simili](#)

[McDonald's - Wikipedia](#) ★

La **McDonald's Corporation** è una società statunitense attiva nei servizi di ristorazione. Gestisce, direttamente o per mezzo del franchising, ...
it.wikipedia.org/wiki/McDonald's - [Copia cache](#) - [Simili](#)

[McDonald's... tutto quello che non vogliono farti sapere](#) ★

Pagine di informazione sulla multinazionale **McDonald's**.
www.tmcrew.org/mcd/ - [Copia cache](#) - [Simili](#)

[Che cosa c'e' di sbagliato in McDonald's? - il volantino](#) ★

McDonald's reclamizza il proprio cibo come "nutriente", ma la verità è che si ... Non è quindi una sorpresa che il ricambio del personale da **McDonald's** sia ...
www.tmcrew.org/mcd/volita.html - [Copia cache](#) - [Simili](#)

[+ Mostra altri risultati da www.tmcrew.org](#)

Risultati illustrati per **mcDonald's** - [Segnala immagini](#)



[McDonald's Video Game](#) ★

Dirigere una multinazionale come **McDonald's** è tutt'altro che facile! Controlla ogni fase del processo: dal pascolo alla macellazione, dalla gestione del ...
www.mcvideogame.com/index-ita.html - [Copia cache](#) - [Simili](#)

[McDonald's® - Uno Promotion](#) ★

UNO and associated trademarks and trade dress are owned by, and used under license from, ...



Replicabilità

**queste critiche possono essere facilmente
duplicato, linkate, embendate...**

Networked Publics

Comcast



per riparare un modem rotto, è rimasto in attesa **un'ora** parlando con l'ufficio, finché non si è addormentato sul divano. Successivamente, per **tre settimane** il problema non è stato risolto.

1,3 milioni di visitatori hanno visto il video!!!!

Scalabilità

**il loro potenziale di visibilità è notevole e
facilmente può diventare una idea virus che
fa il giro del mondo nella rete anche se
ignorata dai mass media**

BLOG BLOG BLOG BLOG BLOG :P

blogs.myspace.com/mistang64

MySpace.com | rss | entra

ASHLEYSMOM



Ultimo Aggiornamento: 14/11/2009

[Invia Messaggio](#)
[Messaggio Immediato](#)
[Invia e-mail ad un amico](#)
[Iscriviti](#)

Link sponsorizzati

**NIKEiD - Sito
Ufficiale**

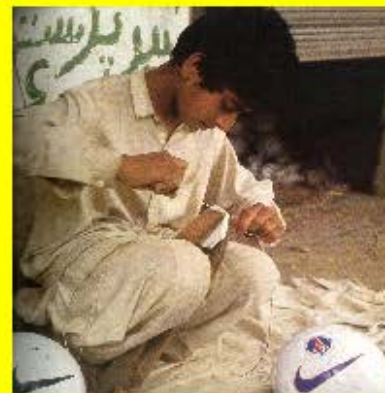
Crea le tue scarpe personalizzate NIKEiD solo al negozio Nike online.

NIKEiD.nike.com

giovedì, maggio 07, 2009

Nike, Rebook, Adidas...child labor?
Umore:Disappointed that we, Americans don't seem to stan

I couldn't help but notice in a recent photo of Pres. Obama that he was wearing Nike socks. Perhaps he isn't aware of the article published by Life some time ago. I, personally haven't bought Nike since. Reebok & Adidas were also found to use child labor. No, I don't buy those brands either. This is one of many very important reasons to buy 'Made in the USA'. Maybe when we buy items it's time to focus on issues & not the name brand!



CAPTION: Children are not only the easiest to intimidate, they're also the cheapest workers. Twelve-year-old Tariq, one of thousands employed in Pakistan's soccer ball industry, which produces five million balls a year for the U.S. market, stitches leather pieces in Mahotra. He earns 60 cents a ball, and it takes most of a day to make one

Published on Saturday, October 20, 2001 in the [Independent/UK](#)

'We Blew It'

Nike Admits to Mistakes Over Child Labor

by Steve Boggan

The multi-billion dollar sportswear company Nike admitted yesterday that it "blew it" by employing children in Third World countries but added that ending the practice might be difficult.

Nike attempted to present itself to its shareholders in its first "corporate responsibility report" as a touchy-feely entity established by "skinny runners" and employing young executives who worried about the environment and the level of wages it paid.


The mere fact that Nike has produced such a report was welcomed in some quarters, but its main detractors, including labor groups such as Oxfam's [NikeWatch](#) and the [Clean Clothes Campaign](#), said they were not convinced.

Philip Knight, the company chairman, clearly stung by reports of children as young as 10 making shoes, clothing and footballs in Pakistan and Cambodia, attempted to convince Nike's critics that it had only ever employed children accidentally. "Of all the issues facing Nike in workplace standards, child labor is the most vexing," he said in the report. "Our age standards are the highest in the world: 18 for footwear manufacturing, 16 for apparel and equipment, or local standards whenever they are higher. But in some countries (Bangladesh and Pakistan, for example) those standards are next to impossible to verify, when records of birth do not exist or can be easily forged.

"Even when records keeping is more advanced, and hiring is carefully done, one mistake can brand a company like Nike as a purveyor of child labor"

The report said Nike imposed strict conditions on the age of employees taken on by contract factories abroad, but admitted there had been instances when those conditions were ignored or bypassed.

"By far our worst experience and biggest mistake was in Pakistan, where we blew it," the report said. In 1995 Nike said it thought it had tied up with responsible factories in Sialkot, in Pakistan, that would manufacture well-made footballs and provide good conditions for workers. Instead, the work was sub-contracted round local villages, and children were drawn into the production process. Now, it insisted, any factory found to be employing a child must take that worker out of the factory, pay him or her a wage, provide education and re-hire them only when they were



www.davecarrollmusic.com

Per nove mesi, nonostante la United Airlines non negasse il danno, la colpa veniva man mano passata a chiunque tranne che alla compagnia stessa e alla fine quest'ultima ha dichiarato che non avrebbe risarcito il danno

Il videoclip di Dave Carroll ha raggiunto 4 milioni e mezzo di views su Youtube!

Publici Indistinti

**Per la teoria dei 6 gradi di separazione
tutto quello che postiamo in rete può
arrivare a chiunque**



ORDER

MENU

COUPONS

LOCATIONS

TRACKER

ESPAÑOL

CORPORATE INFO?
DOMINOSBIZ.COM

CARRYOUT DEAL

LARGE ONE-TOPPING WITH
EXTRA CHEESE

LIMITED TIME

\$5.99

ORDER THIS DEAL



OR

CREATE YOUR OWN ORDER



FREE

COKE® WHEN YOU
ORDER ANY TWO 20oz COKE®
PRODUCTS AT MENU PRICE



ENTER TO WIN A TRIP FOR 4 TO THE
COLLEGE BOWL GAME OF YOUR CHOICE



ORDER THIS HOT DEAL

ON SATURDAY, GET 10 ENTRIES
NO PURCHASE NECESSARY TO ENTER

[Corporate Info](#) // [Nutritional Info](#) // [Gift Cards](#) // [Email and Phone Offers](#) // [Mobile](#) // [Legal Info](#) // [Careers](#) // [Customer Service](#)



FIND US

ON FACEBOOK



FOLLOW US

ON TWITTER

LEGAL STUFF

▶ Enter daily 9/14/2009 through 10/26/2009. NO PURCHASE NECESSARY. OPEN TO LEGAL RESIDENTS OF 48 CONTINENTAL U.S. (& DC), 18 AND OLDER. VOID WHERE PROHIBITED. Sweepstakes ends 10/26/09 at 9:00 am EST. For rules, free method of entry, and complete details, [click here](#). Sponsor: Domino's National Advertising Fund Inc., 30 Frank Lloyd Wright Drive, Ann Arbor, MI 48106.

Domino's Pizza® is number one in customer satisfaction in a 2009 survey of consumers of the U.S. largest limited service restaurants, according to the annual American Customer Satisfaction Index™ (ACSI).

Workers fired for Domino's prank video



COSA NON è CONVEZIONALE

1. Non sono più i soli attori di mercato ad agire
2. Tutti possiamo agire sulla società, con azioni che hanno ricadute anche sul mercato, sui media, sulla reputazione.





Sparate pure sul pianista

- Alex Giordano
- alex@etnografiadigitale.it
- www.etnografiadigitale.it
- www.ninjamarketing.it
- www.societing.org

