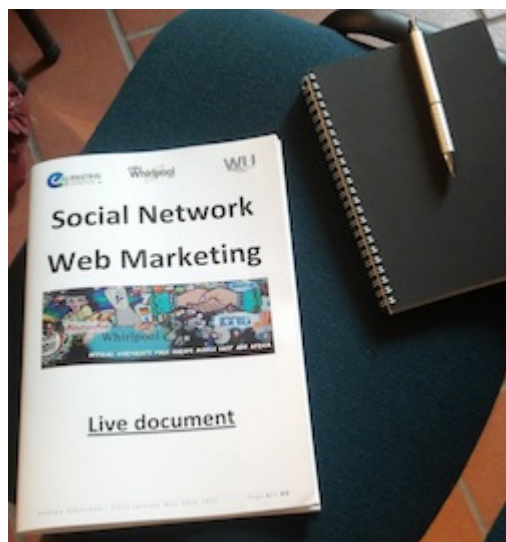


Quando i manager vanno a scuola di Facebook

Pubblicato: Venerdì 11 Maggio 2012



Il business dell'era 2.0 richiede competenze che viaggino al passo dei nuovi media: così una buona azienda manda i **digital manager a scuola di social network e web marketing**.

Per questo Whirlpool il 10 e 11 maggio ha chiamato a raccolta, nella suggestiva cornice del Chiostro di Voltorre a Gavirate, **quaranta manager del marketing** da tutta Europa per una due giorni intensiva tenuta da esperti internazionali di social network e web marketing.

«Il consumatore è al centro del processo del marketing e i new media hanno permesso di accorciare le distanze – ha spiegato **Giuseppe Geneletti**, direttore corporate communications and learning & development Whirlpool EMEA – far fruttare al meglio questo canale è la chiave di volta per sviluppare il nostro business. Non parliamo di futuro, perché la rivoluzione digitale è cominciata da tempo e, infatti, i nostri nuovi manager sono dei **nativi digitali**: dando vita a una scuola di social network e web marketing vogliamo istituzionalizzare un processo di professionalizzazione che diventerà sempre più determinante per presidiare con successo il mercato».



Il peso crescente dell'**e-business** per Whirlpool è particolarmente evidente **nel Regno Unito** dove, nel 2011, **l'80% dei consumatori ha ricercato informazioni sul web prima di procedere all'acquisto e il 24% degli acquisti di elettrodomestici è avvenuto on line**; in **Francia**, dove la quota di **vendite di elettrodomestici esclusivamente on line** è

più che raddoppiata passando dal 3,2% del 2005 all'8,7% dell'anno scorso; e in **Germania**, dove, nelle prime settimane del 2012, **l'aumento delle vendite on line** di elettrodomestici sia free standing sia a incasso **si è posizionato fra il 30 e il 40%**. In termini meno marcati, perché con una tradizione più recente, il trend di crescita delle vendite on line caratterizza anche altri Paesi europei, fra cui quello italiano.

La scuola aveva un taglio spiccatamente pratico: le discipline sono state affrontate attraverso **casi concreti**, lavorando in gruppo alla realizzazione di un progetto (come potrebbe essere l'aumento di "traffico" in un preciso negozio finalizzato alla vendita di un particolare prodotto) poi oggetto di analisi da parte di tutti i partecipanti.

L'incontro del 10 e 11 maggio è stato il **primo step di un percorso che interesserà altre figure del marketing** (dai direttori alla senior leadership) e altre funzioni in Whirlpool dalle risorse umane alla finanza per creare una struttura di competenze che possa valorizzare al meglio, in ogni ambito, le potenzialità offerte dai new media.

[Redazione VareseNews](#)

redazione@varesenews.it