

Google è un viandante nella nebbia. L'innovazione è dentro di noi

Pubblicato: Mercoledì 26 Febbraio 2014



Un corso per imparare a usare **Google** in un chiostro del XII secolo. Il presente futuribile e il passato più che remoto si sono incrociati per un paio d'ore nelle parole di **Andrea Boscaro**, esperto di marketing, chiamato da **Confartigianato Imprese Varese** a diffondere tra gli associati il verbo del più importante motore di ricerca. A rafforzare il legame tra saper fare, conoscenza e creatività, ci ha pensato **Re Mida**, centro di ricerca che ha ospitato l'incontro.

«L'innovazione va trovata dentro i nostri cuori e nelle nostre menti» dice Boscaro quasi in chiusura del suo intervento, dopo che per oltre un'ora ha parlato brillantemente di **Google** e di tutti gli strumenti che le imprese potrebbero usare per potenziare il proprio business: da new alert a trends, da analytics ad adwords, nulla è stato tralasciato. Il messaggio è chiarissimo: gli strumenti esistono e sono gratuiti, ma **se si vuole fare business occorre usarli in modo corretto, trasparente e creativo.**

Il problema è che la maggior parte delle aziende vede la rete e internet come un approdo sicuro, come il naufrago vede l'isolotto dopo una lunga deriva. Ma per conquistare con la propria zattera la baia più bella e più ambita, bisogna imparare ad attraccare in due punti precisi che nel mare di **Google** di chiamano **rilevanza e popolarità**. Insomma, per stare in cima al motore di ricerca ed essere scovati **non basta solo mettere sul piatto dei soldi**, ma bisogna impostare strategicamente la propria pagina in internet, chiedendosi, ad esempio, con quali parole si vuole essere trovati. Farlo non è semplice, altrimenti tutti sarebbero vincenti sulla rete. Occorre perciò essere attenti, attrezzati e pronti. «Google – spiega Boscaro – è come **un viandante nella nebbia** e quando si affaccia sul vostro sito va subito a controllare i punti strategici di una pagina. E subito dopo controlla quanto siete popolari, quanti vi linkano e vi citano»

I **dispositivi** con cui ci connettiamo sono in grado di cambiare gli scenari. E se fino a qualche anno fa gli smartphone erano oggetti per pochi eletti, oggi sono usati dalla maggioranza della popolazione, soprattutto dai nativi digitali. Un contesto che non può essere ignorato, perché significa non intercettare il cambiamento in atto a cui spesso le imprese oppongono una resistenza, a volte esplicita a volte mimetizzata. «Per rimettersi in gioco bisogna studiare – conclude Boscaro – sapendo che **in questa fase internet non crea valore ma lo erode perché spinge la competitività solo sul prezzo.** Quindi chi gode dei frutti di questo cambiamento sono principalmente le aziende che già sono su internet nel modo giusto. Quello che bisogna fare è uscire da quella competizione, creando un'esperienza che racconti i nostri prodotti con passione e trasparenza. Ecco perché innovare **significa cercare dentro di noi.**»

Redazione VareseNews

redazione@varesenews.it