

# Il potere del Web e delle relazioni



**‘Rendere noto qualcosa di cui fino ad allora si è ignorata l’esistenza’.** Si tratta della definizione del termine **pubblicità**, parola che, in italiano, non deriva da altro se non da *pubblico*, privilegiando quindi l’aspetto divulgativo del lemma.

Un concetto che ha assunto connotati dispregiativi per anni (la prima forma di pubblicità nel mondo risale al 1479 in Inghilterra), ma che, nei secoli, per l’economia aziendale, è diventato imprescindibile.

Oggi pubblicità significa **digital marketing**. In questo caso possiamo riallacciarci anche alla traduzione in italiano di *advertising* che, guarda caso, è “avvertire”, ponendo maggior risalto al processo finalizzato al raggiungimento del destinatario del messaggio.

**Il Web è considerato dalla maggior parte degli italiani un’opportunità, ma in pochi sanno realmente sfruttarne le potenzialità**, ancorati a quegli stessi pregiudizi che anni

addietro contraddistinsero l’avvio delle inserzioni pubblicitarie. Eppure fare marketing, per un’impresa, è imprescindibile: cosa distingue un’acciaieria da un’altra? Perché scegliere di andare ad alloggiare in un albergo piuttosto che in quello sito di fronte a casa a parità di categoria?

Lo stesso vale per il libero professionista: perché rivolgersi al tal architetto o al tal idraulico? **Il marketing tradizionale oggi deve incontrare e sposarsi con quello della Rete.**

Nella nostra epoca siamo tutti connessi, iperconnessi: il messaggio incanalato nel web ha la possibilità di arrivare direttamente al destinatario e di creare un volano positivo sia per l’impresa che per il cliente.

I tanto bistrattati social media (LinkedIn, Facebook, Instagram) sono, in realtà, strumenti commerciali potentissimi di cui le aziende usano poco meno del 50% del loro potenziale (secondo i dati Eurostat le imprese italiane si attestano sul 44% a differenza del 66% danese e irlandese). Solo un’azienda italiana su sei, ad esempio, nel 2017 ha utilizzato piattaforme video per condividere presentazioni, immagini e filmati. Strumenti che, ad ogni modo, viaggiano in parallelo a quelli tradizionali e al passaparola, il sistema di fare

pubblicità più antico del mondo. Immaginiamo, quindi, che **conubio esplosivo potrebbe avere l’unione di marketing tradizionale, marketing digitale e marketing relazionale per un’impresa**; attenzione, infatti: come affermato in precedenza, l’uno non esclude l’altro, anzi.

Per questo motivo, abbiamo scelto di dedicare questo numero di InKalce a quanti hanno saputo sfruttare il web a livello imprenditoriale, calandosi pienamente nella realtà del XXI secolo. Inoltre, abbiamo dato voce a coloro che, con le relazioni, hanno dato vita ad un vero impero al fine di cambiare realmente il modo di fare business dove da sempre vige il concetto di *mors tua vita mea*. **Collaborare** anziché **competere**, ispirare anziché **invidiare**.

Il tutto con un occhio di riguardo verso le generazioni future, tartassate più che mai dalla negatività mediatica: è anche l’ambiente che si frequenta che determina ciò che si è.

Ecco perché ambienti potenziati possono realmente portare ad un bene comune per l’Italia e per il “sistema mondo”.

Il Direttore

Michele Trovati

LA RIVISTA INKALCE TRASFERISCE CULTURA RELAZIONALE E ISPIRAZIONE PER CHI CREDE NELLA RINASCITA DELL’ASSETTO ECONOMICO E IMPRENDITORIALE DEL TERRITORIO IN CUI VIVE.

INKALCE CREA INTORNO A SÉ UNA COMMUNITY DEDICATA A CHI SCEGLIE IL LAVORO COME REALIZZAZIONE DEL SÉ E DESIDERA SUCCESSO PROFESSIONALE E STRAORDINARIA QUALITÀ DELLA VITA.

4

**FORZE DOMINANTI**

Come vincerle con il potere di una community



7

**IL SORRISO DI ROBERTA**

La video maker con lo smartphone

8

**NUNZIA CILLO**

Sono il brand di me stessa  
"Racconto l'autenticità"



12

**FASHION MOB**

Quando l'unione fa la forza

15

**CARINA FISICARO**

Come una difficoltà si rivela opportunità



20

**SEO & LOVE**

L'evento per gli amanti del digital

23

**WWWWORKERS**

Giampaolo Colletti, quando il made in Italy riparte dalla Rete



24

**GAMMAFORUM**

Iniziative imprenditoriali innovative per valorizzare le donne e i giovani

26

**DALLE IMPRESE PER LE IMPRESE**



27

**PENSARE OLTRE**

L'arte che trasmette ciò che si è

**BNI**

34

**NUOVE OPPORTUNITÀ**

Collaborare invece di competere

36

**IL TALENTO**

lo strumento per migliorare se stessi, la propria vita e la società



32 Quando un edificio fatiscente diventa un'opera d'arte

38 Massimo De Donno

41 Dai beni al bene

42 Paola Gianotti

43 Sabina Rosso

45 Comunicare o no?

50 Luca Forlani

52 Reinventare il territorio

54 In direzione ostinata e contraria

55 La vision non è nel futuro: è ora



# Aentiv<sup>™</sup>

Engage › Connect › Grow



## **Mission**

Attraverso consulenza dinamica negli affari, coaching e strategie di marketing relazionale distintive, Aentiv crea comunità di imprenditori e professionisti uniti dalla stessa mentalità, che generano affari straordinari e una vita spettacolare!

[www.italia.aentiv.com](http://www.italia.aentiv.com)

# Vincere le forze dominanti: il potere di una community

“LA RELAZIONE CI POTENZIA”:  
INTERVISTA A DARIO CASTAGNA

ASENTIV

## La prima necessità che soddisfa è quella di superare la solitudine imprenditoriale

Un gruppo non è la semplice somma degli individui che lo compongono, non è un luogo in cui stare. E appartenere non è un mero antidoto alla solitudine. Un gruppo è qualcosa di più: è uno specchio, innanzitutto, in cui scorgere se stessi e scoprirsi diversi da ciò che pensavamo di essere, perché è proprio quando entriamo in relazione con l'altro che, se poniamo attenzione, mostriamo chi siamo. Da soli saremmo come un ombrello chiuso: esiste, certo, nella sua materia ma solo a contatto con la pioggia potrà mostrare il suo potenziale, solo aprendosi potrà eventualmente scoprire di avere qualche bacchetta da aggiustare.

Non solo. Perché il verbo appartenere - a un gruppo - non sta a indicare la passività di un membro: secondo gli studi di Kurt Lewin, psicologo tedesco e pioniere della psicologia sociale, è proprio la regolarità delle interazioni fra i partecipanti a costruire la cosiddetta identità di gruppo e a far percepire, quindi, il vissuto di appartenenza.

Ed è proprio da questo che nasce il valore di una Community: non dal desiderio di mettere insieme più persone, ma dal voler fornire la possibilità di sentirsi parte di qualcosa che somiglia alla nostra parte più autentica. Dove proprio questa parte viene enfatizzata grazie all'innegabile capacità potenziante di un gruppo.

L'importanza di appartenere a una Community è forte anche nel mondo lavorativo «e la prima necessità che soddisfa è quella di **superare la solitudine imprenditoriale**: spesso i pro-

fessionisti non trovano le giuste persone dalle quali sentirsi capiti. Perché se è vero che con tutti possiamo parlare, non da tutti riusciamo a essere compresi. Capita che si abbia bisogno di conforto: un imprenditore può sia riceverne dai suoi pari sia darne».

**Dario Castagna**, master franchisor di Asentiv Italia - l'organizzazione che *attraverso consulenza, coaching e strategie di marketing, crea comunità di imprenditori che generano affari straordinari e una vita spettacolare* -, spiega il perché dell'importanza di una Community: «Ci



# MASSIMO DE DONNO

GENIO IN 21 GIORNI

IMPRESA GIOVANE

## Nessuno è limitato: è solo inconsapevole delle sue capacità!

Il nostro essere più autentico risiede lì, nella consapevolezza del sé e della propria vita: una consapevolezza che va ritrovata, perché solo attraverso essa possiamo ottenere il massimo dei risultati e raggiungere gli obiettivi più grandi, che spesso non abbiamo il coraggio di prefiggerci. Il coraggio, sì, perché sono più le volte in cui pensiamo di non essere in grado rispetto a quelle che ci vedono metterci davvero in gioco. «Quando siamo bambini, ci gratificano in continuazione, così siamo stimolati a fare sempre di più. Crescendo diventa tutto un dovere e questo ci porta a perdere di motivazione»: racconta Massimo De Donno, ideatore del corso Genio in 21 Giorni e fra i più noti esperti di apprendimento in Europa. **Sono migliaia le testimonianze di chi ha deciso di affidarsi al metodo proposto da Massimo**, che oggi può vantare quarantacinque sedi di cui trenta in Italia: «Il corso nasce come soluzione a un problema che riguarda tutti: trovare un modo per migliorare le capacità di apprendimento e memorizzazione delle informazioni. Il nostro focus - spiega De Donno - sono i ragazzi, gli universitari, affinché possano uscire da quei meccanismi preimpostati e trovino finalmente un metodo che non solo li faciliti nell'apprendimento ma li faccia innamorare dello stu-

dio. Durante gli anni delle scuole dell'obbligo, il cui nome già ci mette in difensiva, ci sentiamo riprendere dai docenti perché "non abbiamo un metodo di studio adeguato" ma nessuno si sofferma a trasmettercelo. Il problema non riguarda solo lo studio: non avere un metodo è una mancanza che ci si porta dietro nella vita, nel proprio modo di lavorare e nella maniera con cui affrontiamo la quotidianità e l'organizzazione delle giornate: abbiamo bisogno di capire quali informazioni ci servano e come connetterle una all'altra. Le nostre classi sono eterogenee e abbiamo aperto le aule anche a imprenditori e professionisti che, attraverso il metodo Genio in 21 Giorni possono migliorare la loro efficienza mentale».

È fondamentale non scambiare il metodo di De Donno con i corsi motivazionali: **«Il nostro corso, piuttosto, si può dire motivatore**. Con la nostra metodologia andiamo sì a lavorare sull'autostima personale ma la tendenza al miglioramento è una condizione che abbiamo già ma che l'individuo deve andare a stimolare da sé poiché la motivazione non può arrivare dall'esterno per essere efficace: i

nostri corsisti, grazie a Genio in 21 Giorni, fin da subito riconoscono di avere quelle capacità che pensavano appartenere solo ad altri e che tanto ammiravano e invidiavano. Questo basta ad accrescere la stima in loro stessi e la consapevolezza di ciò che sono in grado di realizzare. La motivazione più grande che possa esserci è quella





di imparare qualcosa di nuovo per se stessi, non per dimostrare all'altro di saperne di più». Tutto nasce nel 2003, quando Massimo segue un corso di tecniche di memoria «insieme a **Luca Lorenzoni**, che oggi è il mio socio. Non solo mi stupii di quanto la mia efficienza mentale sarebbe potuta migliorare da lì in poi, ma ho iniziato anche ad aiutare i miei compagni di università a studiare con metodo ed era gratificante notare anche i loro risultati. È così che ho iniziato, quindi, a sentire la passione nel trasmettere questa possibilità. Nel 2012 è uscito il libro "Genio in 21 Giorni" e visto il suo successo abbiamo deciso di registrare il marchio. Oggi il metodo ha l'obiettivo di andare a lavorare a quei problemi individuali che però si riflettono sull'intero tessuto sociale, come l'abbandono scolastico o l'analfabetismo funzionale: quello che offriamo è una tecnica valida per tutti ma, ovviamente, affannata su ogni persona».

## Il metodo di Massimo si applica anche ai disturbi dell'apprendimento

**Altro importante obiettivo è quello di dedicarsi al mondo dei Dsa (Disturbi specifici dell'apprendimento):** «Un'altra pubblicazione che è uscita è "Vincere la dislessia con il metodo Genio in 21 Giorni", pubblicato da Giulia Martini che ha frequentato il corso a 18 anni dopo una diagnosi di dislessia: ora è laureata e tiene corsi per aiutare le famiglie di ragazzi con dislessia». Ogni cosa, insomma, riporta al momento in cui tutto è iniziato: a quando Massimo si è sentito gratificato dal poter aiutare i suoi compagni di università. E confluisce, infatti, nella mission aziendale che ogni giorno stimola chi lavora all'interno delle sedi di Genio in 21 Giorni: «Desiderio che in azienda possano sentirsi tutti pienamente realizzati, attraverso qualcosa che ha un impatto radicale nella vita delle persone. Voglio che i tutor sappiano che stanno dedicando il loro tempo a qualcosa di immenso: migliorare la qualità di vita di individui che aspettano solo qualcuno che li renda consapevoli».



# AltaQuota

extreme works



[WWW.ALTAQUOTA.INFO](http://WWW.ALTAQUOTA.INFO) - [SEGRETERIA@ALTAQUOTA.INFO](mailto:SEGRETERIA@ALTAQUOTA.INFO) - TEL. 328.2381853