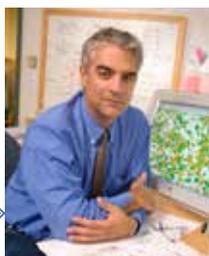


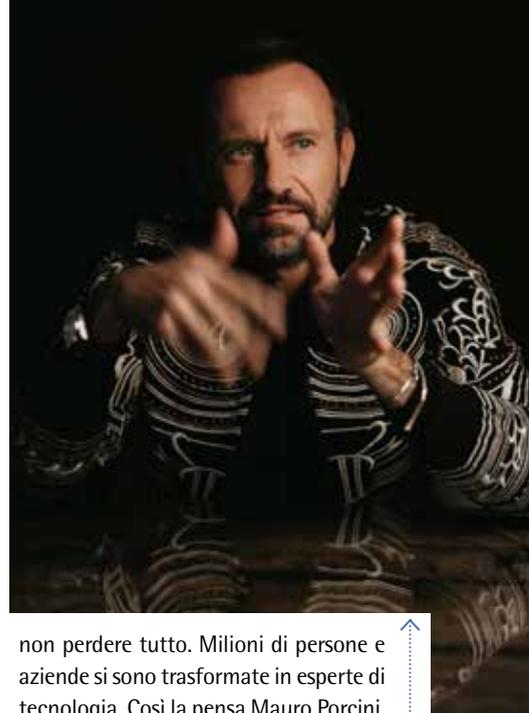
Ripartire con la testa

Stiamo per affrontare i nuovi ruggenti anni '20, dicono tutti gli analisti. Ma riflettere sulla pandemia ci evita di commettere nuovi errori

Una giostra corre veloce senza mai fermarsi, persone su sedie da ufficio. Il titolo: *riding high*. Tutto andrà a gonfie vele, sottolineano gli analisti, in un mercato del lavoro che si sta reinventando dopo lo tsunami dell'emergenza sanitaria. Così l'*Economist* a fine maggio ha raccontato questa fase di post pandemia, con un tasso di disoccupazione che negli Stati Uniti passa in poco più di 3 mesi dal 15 al 6%. Sempre ottimismo nel *New Yorker*, ma più controllato e misurato. Avventurandosi fuori, la traduzione del titolo. L'immagine mostra una famiglia che si prende per mano e prova a riappropriarsi della quotidianità stravolta. Un disegno bello e vero di Gürbüz Dogan Eksioğlu. Sulla stampa internazionale si parla di *roaring twenties*, i ruggenti anni '20. Sull'*Independent* Nicholas Christakis, dell'Università di Yale, sostiene che ricercheremo ampie interazioni sociali, come dopo la Spagna, un secolo fa.



© Paul Schnaittacher



non perdere tutto. Milioni di persone e aziende si sono trasformate in esperte di tecnologia. Così la pensa Mauro Porcini, designer e manager internazionale, in libreria con *L'età dell'eccellenza* (Il Saggiatore). «Ci sono una serie di tendenze accelerate con la crisi. Penso alla sostenibilità o alla digitalizzazione: la pandemia ha reso milioni di persone nel mondo *tech-savvy*, ossia esperte di tecnologia, mentre prima erano digitalmente analfabete. Le aziende devono tenere conto di questi fenomeni». Riflettere su quello che abbiamo affrontato insieme assume anche il valore di una catarsi, di terapia. Farcela nel momento più disorientante fa ancora di più la differenza. Certo, non tutto va per il verso giusto e il cammino è ancora lungo. Ma voltarci indietro ci dà forza e consapevolezza. Per un futuro da scrivere insieme.

La meraviglia di ripartire

Tanto di straordinario è stato fatto nel tempo fragile e incerto della pandemia. La scommessa sul digitale si è rivelata vincente, perché ha permesso a piccole e grandi realtà di



La social-serie su Facebook e Instagram

Ripensare modi e luoghi per relazionarsi con un cliente oggi connesso: i social media diventano alleati per un nuovo commercio digitale. La community *wwworers* ha lanciato *Piccole grandi imprese*, social-serie realizzata con Facebook e Binario F. Online, storie di successo e modelli vincenti per fare business online.

Le lezioni imparate dalla pandemia

- 1/ Gioca in squadra.** Intercetta community verticali e ad alto impatto valoriale, che possano sceglierti e abbracciare la tua impresa. La tua azienda è condivisa con i tuoi collaboratori, fornitori, clienti.
- 2/ Vai oltre il business.** Presenta il prodotto, il suo valore, il suo impatto. Dopo la pandemia il consumatore predilige scelte responsabili anche da un punto di vista sociale e ambientale.
- 3/ Mettiti in ascolto.** La transizione digitale ha contribuito a rafforzare i canali digitali di conversazione con un cliente, che si aspetta un contatto, anche virtuale, per essere accompagnato nella scelta d'acquisto.



* **IL NOSTRO ESPERTO** Giampaolo Colletti è un manager e giornalista esperto di innovazione e digitale. Collabora col *Sole24Ore*. È fondatore della job-community dedicata ai lavoratori della rete *wwworers*. Ha scritto libri per Gruppo24Ore e Hoepli. È autore di *Spider Brand - I trenta superpoteri dei nuovi eroi del marketing*, edito da Egea, casa editrice dell'Università Bocconi.