

itinerari LE POSSIBILITÀ OFFERTE DA LINKEDIN.COM, SITO WEB DI RELATIONSHIP

Fare conoscenza per fare affari

Basato sulla teoria dei sei gradi di separazione, conta 10 milioni di user

Relationships matter, le relazioni contano: è lo slogan che accoglie l'utente che entra in LinkedIn (www.linkedin.com), il più famoso sito di social networking business-oriented. In quattro anni ha raccolto 10 milioni di iscritti ed è appena stato premiato agli ultimi Webby awards come il migliore all'interno della propria categoria (www.webbyawards.com/webbys/current.php). Come tutti i siti di social networking, anche LinkedIn, che grazie alla celebrità raggiunta si è guadagnato un posto su Wikipedia (<http://en.wikipedia.org/wiki/linkedin>), si basa sulle relazioni fra utenti accomunati dagli stessi interessi, in questo caso professionali: attraverso l'appartenenza allo stesso network è possibile per un utente costruirsi ulteriori contatti, ottenere visibilità per il proprio profilo, scambiare esperienze, cercare e offrire opportunità di lavoro e di business. Il tutto è fondato sulla celebre teoria dei sei gradi di separazione (non a caso uno dei primi social network si chiamava Six degrees, <http://en.wikipedia.org/wiki/sixdegrees.com>).

Si può entrare a far parte di LinkedIn in risposta a un invito ricevuto da chi è già membro o registrandosi sul sito

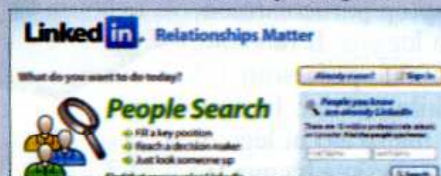
(www.linkedin.com/secure/register), specificando a che tipo di settore o attività, fra le circa 150 industry disponibili nell'elenco, è riferibile la propria professional experience. Una volta registrati, si aprono le opportunità di relazionarsi con gli altri membri, descritte per esempio su www.valerionieri.com/varie/linkedin-funzionamento-e-potenzialita.html, oppure www.eccellere.com/rubriche/marketing/linkedin.htm (intervista a tre manager italiani che usano LinkedIn) e su www.iblog.it/2007/01/14/neurona-vs-linkedin, dove si discute delle funzionalità del sito confrontate a uno dei suoi principali competitor.

Si può partire, per esempio, cercando colleghi o ex-compagni di università nella directory (www.linkedin.com/find/a-z.html) o il search, per poi contattarli o chieder loro di essere presentati ad altri membri. È possibile decidere quanto del proprio profilo si desidera rendere visibile. È ammesso anche porre domande, riferite a un ambito professionale ben identificabile, o proporsi per rispondere alle domande altrui, aumentando così la propria credibilità nel network.

Andrea Di Turi

www.linkedin.com

LinkedIn è il campione dei siti di social network business-oriented, dove professionisti di tutto il mondo si incontrano per scambiare esperienze, mettere in comune contatti e ricercare nuove opportunità di lavoro e di business. Ha 10 milioni di utenti, di cui più di 5 in Nord America. Tutte le società listate nella classifica Fortune 500 vi sono rappresentate. Registra adesioni di nuovi utenti al frenetico ritmo di 130 mila alla settimana (praticamente 14 al minuto). Ad aprile ha anche avviato il proprio company blog (<http://blog.linkedin.com/blog>), moderato da uno dei suoi community evangelist.



www.milanin.com

Il modello LinkedIn ha fatto scuola e siti di social networking che vi si ispirano sono nati un po' ovunque. È il caso del business networking club Milanin, associazione senza scopo di lucro nata da un gruppo di utenti italiani di LinkedIn. La sua aspirazione è aggregare professionisti, dei più svariati settori, che credono nel networking come prezioso strumento di business, anche uscendo dal mondo virtuale per incontrarsi dal vivo. Attualmente si sta avvicinando al migliaio di iscritti. Nell'intervista a uno dei fondatori (disponibile su www.permalink.it/post/26/milanin) si parla del futuro del social networking.

ENERGIA NEGLI STATI UNITI IL PRIMO SISTEMA A CELLE DI COMBUSTIBILE PER L'ELETTRICITÀ

In fabbrica debutta il generatore a idrogeno

Idrogeno al posto di generatori diesel o di accumulatori chimici. Questa la soluzione innovativa studiata dallo specialista in gruppi di continuità Apc per alcuni clienti americani. Un sistema a celle di combustibile per produrre energia elettrica fornisce diversi vantaggi rispetto ai sistemi tradizionali. Apc, che sta testando la tecnologia presso **True Vue**, un'azienda che produce cornici, ritiene per esempio che un generatore di corrente a celle di combustibile sia utile

in quelle circostanze dove non esiste la possibilità di alimentare diversamente i centri dati, in quelle località dove i generatori diesel sarebbero troppo rumorosi (e quindi proibiti) o dove la potenza richiesta in caso d'emergenza non è sostenibile da una serie di batterie. Nel caso di True Vue, Apc sta sperimentando come sistema per la produzione di energia l'idrogeno. Il serbatoio che contiene il gas è collocato all'esterno dell'edificio; alcune condotte lo portano all'interno

dove attraverso un processo chimico viene usato per generare corrente elettrica. Il costo del sistema di back up è abbastanza elevato (circa 50 mila euro nel caso di True Vue), ma in futuro scenderà. Vantaggi economici potrebbero giungere dai bassi costi di gestione e dal fatto che, visto che un generatore a idrogeno produce essenzialmente acqua, non esiste un impatto ambientale e quindi costi di smaltimento di prodotti chimici.

Fabrizio Frattini