



Tecnologia - "Wooo!", il social media che sfida Big Tech e permette di guadagnare con la vita quotidiana

Roma - 01 dic 2023 (Prima Pagina News) A differenza dei social network convenzionali in cui gli utenti spesso agiscono come spettatori passivi, Wooo! cerca di rompere questo schema trasformando ogni individuo nel protagonista.

Nel nuovo universo digitale in cui i social network sono diventati motori di informazione e intrattenimento, emerge una nuova ed entusiasmante proposta che promette di cambiare completamente il gioco: Wooo! Questo innovativo social game istantaneo, concepito per rivoluzionare il modo in cui interagiamo online, si presenta molto più di una semplice app; è una piattaforma dove gli utenti sono i protagonisti indiscussi. Nella conversazione con Carmelo Ferlito, il visionario Ceo di Wooo, viene rivelata una visione che va oltre i tradizionali social network, sfidando le aspettative e ridefinendo il panorama digitale. Al centro della filosofia di Wooo! c'è il concetto di partecipazione attiva come requisito fondamentale per il successo. A differenza dei social network convenzionali in cui gli utenti spesso agiscono come spettatori passivi, Wooo! cerca di rompere questo schema trasformando ogni individuo nel protagonista. Invece di consumare semplicemente contenuti, Wooo! gli utenti si impegnano attivamente nella produzione di contenuti, competendo in una dinamica di gioco sociale in cui la creatività e il supporto della comunità sono la valuta. Non è solo un social network; è un campo di gioco in cui la partecipazione è la chiave del successo e ogni utente ha l'opportunità di essere riconosciuto e, cosa ancora più entusiasmante, di monetizzare il proprio talento. La genesi di Wooo! risale al 2020 quando Matilde Bartolotta Cingolani concepì la visione che ora guida la piattaforma. Questa idea innovativa non solo nasce dalla necessità di colmare una lacuna nel mercato ma rappresenta anche una fusione unica di creatività e innovazione nella cosiddetta cultura 3.0. Il nome stesso, "Wooo!", deriva dalla reazione entusiasta di un'amica di Matilde vedendo il progetto nelle sue fasi iniziali, incarnando la sorpresa e l'entusiasmo che Wooo! cerca di ispirare in ciascuno dei suoi utenti. Ecco cosa ha detto a Informe Orwell Carmelo Ferlito, CEO di Wooo: 1) Cos'è Woo? Woo! è il primo social game istantaneo in cui gli utenti sono protagonisti, misurandosi con la loro vita quotidiana. Forniamo una piattaforma unica che consente agli utenti di mostrare i propri talenti e guadagnare denaro da essi. Ciò è possibile grazie a caratteristiche che differenziano questo social game da qualsiasi altra app presente sul mercato attuale. Woo! rivoluzionerà letteralmente il mondo delle applicazioni. Quindi non è un social network, il che implica una base di fan passiva che consuma contenuti prodotti da altri. Si tratta invece di un gioco sociale: per vincere, utenti e influencer devono partecipare attivamente tra loro attraverso la produzione di contenuti che competono tra loro. A differenza di altri giochi in cui vinci facendo cose, Wooo! è anche sociale nel senso che la vittoria è fortemente correlata al sostegno di una comunità a cui ogni utente appartiene: per vincere è necessario il sostegno della



propria comunità. 2) Qual è la missione e lo scopo di Woo? Un nuovo modo di vivere, un nuovo concetto, il social game istantaneo che permette agli utenti di fare tutto quello che facevano prima ma con la differenza di essere ancora di più protagonisti della propria vita. Woo! è stato progettato per colmare questa lacuna nel mercato e fornire agli utenti un mercato per il loro talento. Ogni persona diventa un giocatore semplicemente svolgendo le proprie attività quotidiane, con l'opportunità di guadagnare denaro e ottenere riconoscimenti dalla comunità, grazie alla partecipazione di amici, familiari o chiunque faccia parte della propria fan base. In sintesi, Woo! fornisce un palcoscenico in cui puoi mostrare il tuo talento, ottenere riconoscimenti e monetizzare. Ma nelle dinamiche del gioco non basta avere talento; è necessario "commercializzare" quel talento all'interno di una comunità specifica per ottenere il riconoscimento. 3) Come, quando e dove è nata l'idea? Woo! deve la sua idea creativa e fondativa a Matilde Bartolotta Cingolani. La sua idea pionieristica e visionaria è ciò che ha guidato e ispirato la creazione di Woo! Social Games Inc., guidata da un team di imprenditori esperti che ne hanno subito intuito il potenziale commerciale. L'idea le è venuta nel 2020, periodo in cui i giovani sono immersi e ispirati da quella che potrebbe essere definita cultura 3.0, dove la creatività si combina con le forme più sofisticate di innovazione. Il nome dell'app, infatti, è stato ispirato da una compagna e amica della signora Cingolani, la quale, vedendo il progetto nella sua fase iniziale, ha esclamato entusiasta: "Wow, Matilde, che meraviglia!". Questa frase è stata determinante nell'ispirare il nome del social game: "Woo! – Vinci con la tua vita quotidiana". 4) Come giochi e guadagni soldi con Woo? Il concetto fondamentale di Woo! è che ognuno ha almeno un talento e, mettendolo in mostra, gli utenti non solo ottengono riconoscimento ma possono anche monetizzare il proprio talento. Ci sono due livelli per guadagnare soldi in Woo! Il primo è il livello Talented Influencer (TI): abbassiamo la barriera d'ingresso e iniziamo a guadagnare con soli 100 follower. Un influencer di talento può monetizzare in due modi: 1) facendo trasmissioni in diretta e addebitando una quota di iscrizione per guardare lo streaming live, e 2) creando concorsi in cui ogni partecipante paga una quota e l'importo totale costituisce la ricompensa totale; il TI guadagna la metà della ricompensa. Ma gli utenti possono scegliere di non diventare TI e restare a un livello di abbonamento inferiore: in questo modo potranno monetizzare non creando concorsi ma partecipandovi, con la possibilità di vincere il restante 50% del premio. 5) Esiste un pubblico specifico per questa app o persone di ogni tipo e professionisti possono pubblicare i propri contenuti? L'app è progettata per adattarsi a tutti nella loro vita quotidiana. Credo sinceramente che lo strumento sia così potente da poter superare qualsiasi barriera di età: vedo in Woo dei vincitori! dal giovane chitarrista di talento in cerca di riconoscimento, ma allo stesso tempo vedo mia madre cucinare cibo straordinario e essere registrato da mia nipote. Alla fine, Woo! mira al nucleo della natura umana, che è creativa, imprenditoriale e in cerca di riconoscimento: non abbiamo quindi limiti in termini di fasce di età o di competenze. Tuttavia, ci sono alcune professioni che, per loro natura, non possono distinguersi come talento, come la consulenza legale, medica o finanziaria. 6) Supponiamo che io sia un musicista, come posso trarre vantaggio da Woo? Bene, il punto di partenza è produrre contenuti accattivanti da pubblicare tra i contenuti gratuiti su Woo! Ma ciò non basterebbe. Una volta pubblicato il contenuto, è bene condividerlo all'interno dell'app e "viralizzarlo" esternamente, utilizzando il pulsante "ottieni follower", che permette di condividere



Woo! contenuti (con un link Woo!!) ??su altre piattaforme comuni come WhatsApp, Facebook, Instagram, ecc. Una volta che hai costruito una base di follower decente e il valore dei tuoi contenuti è stato riconosciuto da un numero crescente di follower, puoi , diventando un TI, mostra il tuo talento attraverso trasmissioni in diretta e concorsi. Questo è un modo per rimanere coinvolti con la tua base di follower, farla crescere e consentire a entrambe le parti di monetizzare.7) Ci saranno persone che potranno vivere semplicemente pubblicando le loro attività quotidiane su Woo? Quanto le persone guadagnano nell'app dipenderà da quanto è ampia la loro base di follower e anche dal riconoscimento che riceveranno per il loro talento una volta raggiunto il livello di talented influencer (TI) una volta raggiunto almeno il livello base di 100 fan. Alla fine, il cielo è il limite. Un semplice esempio: sei un influencer con 30.000 follower su IG; riesci a portarne 10.000 su Woo; ne convinci 1.000 a giocare con te ogni giorno in un concorso, addebitando 1 USD/concorso; in questo modo, con soli 1.000 follower impegnati, porti a casa 500 USD al giorno. Non male... 8) Woo ha o avrà limitazioni al discorso su argomenti politici o culturali, come avviene oggi su piattaforme come Facebook o Instagram? Qual è la visione di Woo a riguardo? Woo! si impegna a consentire la libertà di espressione in un ambiente privo di odio e non discriminatorio. Ci tengo a precisare che la moderazione dei contenuti sulle principali piattaforme è diventata uno strumento per consentire una narrazione unica su determinati argomenti. Non voglio Woo! di intraprendere la stessa strada.9) Infine, qual è il valore differenziale di Woo rispetto agli altri social network? Perché pensi che tutti coloro che leggono questo articolo dovrebbero scaricare l'app e iniziare a usarla? Da un punto di vista aziendale e strategico, il principale elemento di differenziazione è che non accetteremo la pubblicità e, pertanto, non avremo alcun interesse a vendere dati alle aziende. Pertanto, la privacy è integrata nel nostro modello di business, che ruota attorno al concetto di "viralità inerziale", in cui la necessità di una base di follower crescente per vincere concorsi richiede che gli utenti continuino a cercare di attirare persone esterne verso l'app. Dal punto di vista del prodotto, credo che la differenza principale sia che mentre i social network tradizionali attraggono consumatori passivi e creano una sorta di barriera tra utenti abituali e influencer, noi puntiamo ad attrarre utenti attivi e protagonisti e a costruire una relazione utente/influencer in cui la partecipazione reciproca, il supporto e l'interazione sono fondamentali per il riconoscimento e la monetizzazione. Potete scaricare il social network sull'Apple Store e anche su Google Play.

(Prima Pagina News) Venerdì 01 Dicembre 2023