



**RIGOLETTO**  
di Angelo de' Cherubini



## Il Rigoletto/ Open marketing, strategie e strumenti di marketing multicanale

Venerdì 20.11.2009 14:56

A oltre cento anni dalla sua nascita, il marketing è oggetto di profonde trasformazioni. Le decisioni d'acquisto di milioni di consumatori sono determinate oggi dall'interazione con molteplici fonti informative che coinvolgono, oltre ai canali classici come tv e carta stampata, **Internet, Mobile, Digital Out of Home**. Questi nuovi media, insieme ai social network, stanno radicalmente cambiando l'interazione tra l'impresa e il mercato. Le classiche ricerche di mercato, le tecniche di segmentazione, il marketing mix tradizionale (modello 4P) non riescono più a rappresentare la complessità dell'ambiente e non permettono alle aziende di cogliere tutte le opportunità offerte dallo sviluppo delle tecnologie. Nasce così un nuovo paradigma, l'**Open Marketing**, il cui obiettivo è la co-creazione di esperienze multicanale. Ascolto del mercato, coinvolgimento (a tutti i livelli della catena del valore), comunicazione contestuale, integrazione di tutti i punti di contatto entrano così a far parte dell'armamentario di marketing, dando vita a un modello operativo nuovo. Ed è attorno a questi aspetti che si focalizza il libro fornendo alle imprese italiane un approccio completo che coinvolge tutte le unità organizzative - non solo il marketing - e tutti gli attori esterni che contribuiscono a creare l'esperienza del cliente.

### Gli autori

**Andrea Boaretto** è collaboratore alla ricerca presso il Dipartimento di Ingegneria Gestionale del Politecnico di Milano, ove coordina i progetti di marketing sui temi della Multicanalità, del Mobile Marketing, del Digital Signage e dei Social Media.

**Giuliano Noci** è ordinario di Marketing presso il Dipartimento di Ingegneria Gestionale del Politecnico di Milano e presidente del Corso di Studio in Ingegneria Gestionale (Polo di Como). I suoi interessi di ricerca riguardano l'analisi dell'impatto delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione sul processo di marketing e lo studio delle politiche di marca in una prospettiva internazionale.

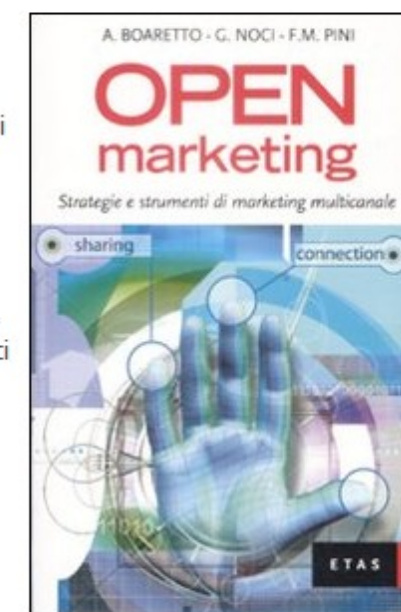
**Fabrizio Maria Pini** è docente senior di marketing e coordinatore dei progetti formativi di marketing presso il MIP Politecnico di Milano, è stato docente presso la Facoltà di Design del Politecnico di Milano e l'Università degli studi di Siena. I suoi interessi di ricerca riguardano l'innovazione dei modelli di business, delle politiche di canale e di marca.

### Open marketing

di Andrea Boaretto, Giuliano Noci e Fabrizio Maria Pini

Ed. Etas

269 pagg, 25,00 euro



La copertina del libro