

I have an iDEa!

TLC: TeLeCommunication or Total Lifestyle Change? - Luca De Felice -

Home Marketing conversazionale About me Curriculum Vitae Contacts English Version

Il mio libro

Acquista su [Shopping24](#)

I have an iDEa!



Digital Identity

MSN contact & e-mail:



Feed RSS:



Newsletter:

Se non usi i [feed RSS](#), inserisci sotto la tua e-mail per ricevere la Newsletter di I have an iDEa! con gli ultimi post del Blog:

Delivered by [FeedBurner](#)

Digital Presence

« [Blogroll thanks](#)[Precari o caproni? »](#)25
03
2007

Marketing Reloaded: slogan o vero cambiamento?

Posted by: LDF in Uncategorized

[Poco tempo per studiare?](#)

Prepara i tuoi Esami seguendo le Lezioni Online. Informati ora!

www.uniecampus.it/universita

Annunci Google

Consiglio vivamente a chiunque si occupi di Marketing a livello professionale (anche slegato dal settore TLC) il convegno organizzato dal MIP - Politecnico di Milano "Marketing reloaded: slogan o vero cambiamento?" per il giorno venerdì 30 Marzo. L'incontro verterà sulle tematiche del Web 2.0, tralasciandone però gli aspetti puramente consumer (che abbondano nei seminari, ma spesso non portano a nulla di concreto) e analizzandone quelli business: sempre più aziende infatti sono interessate a capire come approcciare e coinvolgere il cliente tramite nuovi strumenti, più immediati e d'impatto, come quelli tipici dell'era 2.0. Innovativo anche il modo di presentare il convegno rispetto alla forma istituzionale tipica del Politecnico: una [descrizione accattivante](#), sulla falsariga del film Matrix (da qui molto probabilmente viene il "Reloaded" del titolo).

[Marketing reloaded: slogan o vero cambiamento?](#)

Se questo post ti ha interessato, iscriviti al [feed RSS](#) oppure [scarica](#) il pdf con gli ultimi 10 post di [I have an iDEa!](#)

Se in generale trovi interessanti i contenuti di [I have an iDEa!](#), ti consiglio di leggere il mio libro [Marketing conversazionale](#).

share

This entry was posted on Sunday, March 25th, 2007 at 6:37 am and is filed under [Uncategorized](#). You can follow any responses to this entry through the [RSS 2.0 feed](#). You can [leave a response](#), or [trackback](#) from your own site.

9 Responses to "Marketing Reloaded: slogan o vero cambiamento?"

1. [I have an iDEa! » Blog Archive » Università 2.0...](#) says:

April 4th, 2007 at 4:11 pm

[...] Non ho avuto la possibilità di recarmi al convegno "Marketing Reloaded: slogan o vero cambiamento?", però la mail che ho ricevuto oggi che linka al relativo sito, conferma le mie premesse ed aspettative già esposte in un post passato. [...]

2. [francesco](#) says:

April 21st, 2007 at 6:34 pm

1. vorrei soltanto far notare che i concetti presentati nel libro di social networking ed esperienza esistono DA ANNI nella letteratura anglosassone e americana.

gli autori del libro hanno solo saputo dimostrare di essere molto bravi a scopiazzare cio' che e' gia' esistente DA ANNI e per niente nuovo. Basta leggere qualche articolo in lingua inglese.

Il concetto di co-creazione di valore con il cliente poi e' ancora piu' vecchio. Esistono tonnellate di articoli in lingua inglese. La multicanalita' e' un concetto ormai ASSODATO E SCONTATO. La gestione delle community e' un altro concetto esisatente DA ANNI in letteratura. Le aziende lo stanno gia' facendo da anni. Tutti i casi di studio utilizzati nel libro sono ARCI noti e di certo non provengono dallo studio e dall'approfondimento del MIP. Esistono gia' da altre parti. Questi autori non hanno detto niente di nuovo.

Posso capire che le persone del MIP abbiano i contatti per far pubblicare

Search



I have an iDEa! Promo

Digital Life

- [English Version](#)
- [About me](#)
- [Collaborazioni editoriali](#)
- [Contacts](#)
- [Curriculum Vitae](#)
- [I have an iDEa! On-Air](#)
- [La passione per la scrittura](#)
- [Marketing conversazionale](#)
- [Nokia University Program](#)
- [Parlano di me](#)

Digital Advertising

[Annunci Google](#)[Studio](#)[Cerca Avvocati](#)[Studio Legale Lavoro](#)[Avvocato Roma](#)[Avvocato Divorzista](#)

March 2007

M	T	W	T	F	S	S
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

[Apr »](#)

Recent Comments

- [Irvin Schloemann](#) on [Le nuove frontiere del Social Gaming](#)
- LDF on [Foursquare: limiti e opportunità](#)
- [Doctor Brand](#) on [Foursquare: limiti e opportunità](#)
- Il "Caso Foursquare", parliamone ~ [Tiragraffi](#) on [Foursquare: limiti e opportunità](#)
- [Tweets that mention Foursquare: limiti e opportunità](#) | [I have an iDEa!](#) -- [Topsy.com](#) on [Foursquare: limiti e opportunità](#)

3D Tag Cloud

Digital Advertising

Annunci Google

Legale

Vuoi conseguire il titolo di conciliatore? Richiedi info ora!

www.mediatoriconciliatori.it

avvocato in spagna

Solo Test a Crocette in Italiano Pratiche e assistenza universitaria

www.omologazionetitoli.it

Merchandiser

Scopri i Corsi per lavorare nella Moda e nel Design. Contattaci ora!

www.accademiadellusso.com

Consulenza Legale On Line

Recupero crediti Infortunistica stradale

www.casella-legaladvisor.com

Laurea in Giurisprudenza

Scopri la Laurea Quinquennale in Giurisprudenza All'Università LIUC!

liuc.it/Giurisprudenza

questo libro sul sole 24 ore, e mezzi per poterlo pubblicizzare, ma un lettore attento sa come non farsi fregare.

3. LDF says:

April 22nd, 2007 at 12:04 pm

Premettendo che non ho letto il libro, sottolineo che nel mio post sovrastante facevo semplicemente riferimento al convegno. Conoscendo da vicino la realtà molto rigida ed accademica del Politecnico di Milano, l'apertura di alcuni Professori a tematiche molto innovative e diverse da quelle comunemente affrontate nei corsi universitari (come il Web 2.0), mi è sembrato da apprezzare. Inoltre l'analisi di alcuni bloggers relativamente alla giornata trascorsa ([Fluido](#); [Minimarketing](#)) e il materiale messo a disposizione sul sito ufficiale ([Atti_convegno](#)) testimoniano in buona parte la riuscita di questo seminario.

4. francesco says:

April 23rd, 2007 at 5:34 pm

Caro LDF, hai ragione, ben venga l'apertura a tematiche nuove, ma allora non presentiamo gli autori come i nuovi profeti del marketing. "Marketing reloaded" e' solo un nuovo nome per dire cose gia' dette, non e' un nuovo paradigma di marketing (come gli autori hanno detto), e sono stato un po' sconcertato anche nel constatare la notevole pubblicita' che questo evento ha avuto, come se gli autori avessero qualcosa di DAVVERO rivoluzionario da dire. Questo NON e' un nuovo paradigma di marketing e mi sembra anche che il limitatissimo curriculum che gli autori hanno nell'area marketing (il Prof. Noci e' diventato docente ordinario di marketing al Politecnico di Milano senza mai essersi occupato prima di marketing e senza alcuna pubblicazione. come e' possibile cio'? in una universita' seria si diventa docenti ordinari quando si e' esperti nel campo) non faccia altro che trasformatli in ennesimi "marketers". L'universita' dovrebbe essere profondamente responsabile in cio', credo, fornendo contenuti sempre nuovi, non ripetendo solo cose gia' dette e magari facendole passare per proprie. Per questo noi aziende non collaboriamo con le universita', perche' non portano alcun valore aggiunto a quello che gia' sappiamo o che leggiamo nella letteratura anche straniera. A presto comunque, francesco

5. LDF says:

April 23rd, 2007 at 10:36 pm

Lungi da me difendere un Professore, ma devo dire che Noci lo ho avuto come tale nel corso di Economia e Organizzazione Aziendale e devo ammettere che si è qualificato come un professionista. Sicuramente ha grandi doti di marketing nel sapere vendere tale professionalità e più in generale la sua immagine. D'accordo con te per il resto. Sbagliato però allontanarsi dalle università come azienda, non tanto per i Professori, ma soprattutto per quello che possono apportare alcuni studenti con gran voglia di fare, di creare, d'innovare (e credimi ce ne sono, ma spesso non vengono ascoltati non solo dai Professori ma anche dalle aziende)...

6. francesco says:

April 24th, 2007 at 4:27 pm

Siamo sempre alla ricerca di talenti nelle universita'. Anche se non collaboriamo con professori (ci rivolgiamo in genere all'estero), assumiamo giovani in gamba e con voglia di fare e di creare.

Mi fa piacere comunque constatare che le persone si siano rese conto che i contenuti del libro in fondo non erano nuovi. Sto ricevendo numerose conferme in questo.

ciao,

francesco

7. francesco says:

April 24th, 2007 at 4:34 pm

Ma allora il prof. Noci prima era docente di Economia...economia non e' esattamente marketing...

ma come ha fatto a diventare docente di marketing all'improvviso??

mah...i misteri del Politecnico.

8. LDF says:

April 24th, 2007 at 11:10 pm

Credevo che i Professori siano necessari per puntare ai talenti, quando questi sono ancora studenti e non neolaureati; in questo, e non voglio essere retorico o banale, il Professore ha un ruolo chiave. Spesso, come ho sottolineato in [un altro mio commento](#), l'università ha la necessità di

Digital Advertising

Annunci Google

Laurea in Giurisprudenza

Scopri la Laurea Quinquennale in Giurisprudenza All'Università LIUC!

liuc.it/Giurisprudenza

Studio Legale Milano-Roma

Avvocati, Consulenza Legale Civile Primo Parere Gratuito in Lombardia

www.StudioLegaleNava.it/Avv

Studio Legale Corsini

Diritto delle nuove tecnologie Consulenza e formazione

www.avvocatocorsini.it

Cerco avvocato

Dare consigli al cliente. Iscrizione gratuita.

www.LegalCom.org

Poco tempo per studiare?

Prepara i tuoi Esami seguendo le Lezioni Online. Informati ora!

www.uniecampus.it/universita

Blogroll

- o 7th Floor
- o Alberto Falossi
- o Alessandro Longo
- o Dario Salvelli
- o DotDust
- o Geekissimo
- o Innovation Playground
- o La Cultura Come Medicina
- o Luca Zappa
- o Marketing Reloaded
- o Microblogging
- o Ninja Marketing
- o Occhio al Golf!
- o Pandemia
- o Social Enterprise
- o Telco 2.0
- o Telcoeye
- o Voipblog

Meta

- o Log in
- o WordPress
- o Mandigo theme



generare profitti come un'impresa e il Professore diventa Manager, venendo meno a questo ruolo. In questo sono d'accordo con te, ma non farei di tutta l'erba un fascio, ci sono casi e casi.

Per quanto riguarda quello specifico (Prof. Noci) mi limito a ribadire che ha la mia stima per gli insegnamenti che mi ha dato e soprattutto per come me gli ha dati. Quando insegnava nel mio corso si occupava già di ricerche sul lato marketing ma, mi pare, lato green marketing. La disamina del suo percorso non la conosco, non mi interessa e sinceramente non è ciò che volevo far scaturire dal mio post. Tu poi mi parli di pubblicazioni sulla materia: mi ha insegnato di più nella vita chi non aveva pubblicazioni di chi le aveva, sia dal punto di vista professionale che etico. Quindi non lo ritengo un parametro valutativo significativo, altrimenti si ricade in un concetto di Ateneo vecchio, che forse è peggio di quello Università-Impresa.

Grazie comunque per il contributo e i validi commenti che hai apportato; tutto ha valore se ci si crede fino in fondo 😊

9. **francesco says:**

[April 26th, 2007 at 3:57 pm](#)

Grazie anche a te per i bei commenti, anche se purtroppo ritengo che una università seria dovrebbe promuovere in modo così massiccio chi ha davvero credibilità e credenziali.

a presto e buon lavoro

Francesco

Leave a Reply

Name (required)

E-mail (will not be published) (required)

Website

Notify me of followup comments via e-mail

Powered by [WordPress](#), [Mandigo theme](#) by tom.

[RSS](#) Entries (RSS) and [RSS](#) Comments (RSS).