



GIOVEDÌ, APRILE 26, 2007

Scegli la pillola



Sarebbe profondamente ingiusto affermare che da parte delle imprese italiane non esista una forte consapevolezza della necessità di dover cambiare i propri approcci di mercato, ne ho avuto evidenza negli ultimi corsi in cui sono stato docente.

La scelta [metaforica](#) tra la **pillola** blu e quella **rossa** è solo il primo passo, ma poi le imprese hanno la necessità di essere supportate nelle loro scelte. I problemi sono tanti:

- *A fronte di alcuni modelli teorici, tra l'altro disponibili gratuitamente in rete, mancano modelli applicativi che possano essere utilizzati dalle differenti imprese per far fronte all'evoluzione in atto. Non basta delineare un cambiamento, ci vogliono anche gli strumenti. Le Università, i corsi di formazione devono rispondere maggiormente alle esigenze delle imprese, fornendo strumenti operativi e non solo modelli teorici.*
- *Non esistono soluzioni valide per tutte le stagioni, ci vuole una nuova letteratura di marketing si deve cominciare ad approfondire i temi, occorre differenziare le best practices, fornire modelli replicabili per evitare il sorgere di nuove bolle che creano il fondamento sul nulla*
- *L'industria dell'offerta di servizi di marketing deve essere la prima a cambiare, agenzie di pubblicità, consulenti, centri media non possono seguire il mercato, lo devono anticipare*

INFORMAZIONI PERSONALI



MAURIZIO GOETZ
MILANO,
LOMBARDIA,
ITALY

Sono un brand advisor e consulente di marketing innovativo con specializzazione in comunicazione digitale avanzata su tutte le piattaforme. Mi occupo quindi solo di progetti di frontiera e lavoro con aziende che pongono il cliente al centro della loro attenzione e che considerano l'innovazione nella comunicazione un elemento di successo per il loro brand.

[VISUALIZZA IL MIO PROFILO COMPLETO](#)

2 Online Users

CONTACT ME



HIRE ME

Consulenza di
Marketing
Innovativo
Servizio di consulenza

L'innovazione costa, qualcuno deve cominciare a mettere mano al portafoglio, perchè è bello dire che le aziende devono conversare, ma occorre fare in modo che le conversazioni non rimangano solo chiacchiere. Sono necessari nuovi format, nuovi prototipi, nuovi modelli di misurazione da utilizzare subito.

La pillola rappresenta la consapevolezza, ma per "guarire" ci vuole una diagnosi ed una cura. Abbiamo pertanto bisogno di unire una cultura della "visione" ad un sano pragmatismo, altrimenti finiremo con il continuare a parlarci addosso.

POSTED BY MAURIZIO GOETZ AT [GIOVEDÌ, APRILE 26, 2007](#)



2 COMMENTS:

[mktg4nerds](#) said...

le Università, i corsi di formazione devono rispondere maggiormente alle esigenze delle imprese, fornendo strumenti operativi e non solo modelli teorici.

beh, lo fanno, ma con master di 10.000€ a botta...

[26/4/07 11:27](#) _

[andrea@MarketingReloaded](#) said...

Maurizio, hai ragione.

Già scegliere la pillola rossa non è banale, poi il difficile è mettere tutto in pratica, specialmente quando in azienda si fa fatica a parlare di conversazioni, ascolto attivo del cliente, apertura alle idee del mercato.

Condivido: la pillola va accompagnata ad una cura, previo aver fatto una bella analisi e diagnosi delle malattie...

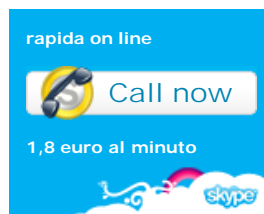
[27/4/07 10:55](#) _

[POSTA UN COMMENTO](#)

LINKS TO THIS POST:

[CREA UN LINK](#)

[<< Home](#)



GLI AMICI DI MARKETING USABILE

Recent Readers	
	You! Join Our Community
	comA'nicaTI
	elinalisa
	Stefano P
View Reader Community Join this Community (provided by MyBlogLog)	

I VIDEO PREFERITI DI MARKETING USABILE

I VIDEO DI MARKETING USABILE





powered by



Popular Searches

[Surprise Me!](#)



PREVIOUS POSTS

[Pillola rossa o pillola blu?](#)

[Skype Prime](#)

[Il futuro del video download](#)

[Contaminazioni](#)

[Riflessioni disordinate
sull'advertising](#)

[Advertising is useful](#)

[Il vero gap nelle agenzie di
pubblicità](#)

[Inquinamento informativo](#)

[3D Tv Experience](#)

[Nuove esperienze televisive
\(annunciate al Miptv\)](#)

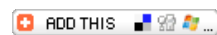
PER ISCRIVERTI A FEEDS PER
L'AGGREGATORE, PER IL
MOBILE E PER LA BLOGLETTER
O PER LEGGERE GLI ULTIMI
POST DEL BLOG IN VERSIONE
PDF CHE PUOI STAMPARE



Iscriviti alla mia blogletter via
e-mail:

Powered by [FeedBlitz](#)





COME USARE I CONTENUTI
DEL BLOG



I contenuti di questo Blog
sono tutelati da una [Licenza
Creative Commons, potete
riprodurre i contenuti a patto
di citare la fonte e l'url di
questo blog.](#)

html> # # # # ... # # # ... # # # # # # Disclaimer: questo blog è ad alto tasso di innovazione, potrebbe

destabilizzare la vostra azienda/agenzia