

HOME  
RUBRICHE

VIDEOPAGINE parola ai protagonisti ★



141/OGILVYACTION  
www.ogilvy.it

1861UNITED  
www.1861united.com

AEGIS MEDIA  
www.aemedia.com

AIDA PARTNERS OGILVY PR  
www.aidapartners.com

tutte le categorie



AI RAGGI  
andore

WANDORE - WEB AND MORE

26/03/2010

Wandore - Web and More nasce nel 2010 dall'expertise decennale di Fabio Ungania nel settore della grafica e del web. La ...

[LEGGI TUTTO](#) ▶

Sei in: Youmark > Rubriche > Marketing

**Marketing**



## NEI BISOGNI ANCESTRALI IL DRIVER DEL CAMBIAMENTO

30/05/2007

Il nuovo scenario impone al marketing una riorganizzazione. Diventa centrale la co-creazione di esperienza e scompare la distinzione tra azienda e mercato. Perché il consumatore è protagonista.

Potrebbe apparire una contraddizione di termini, ma in realtà dietro l'epocale cambiamento contemporaneo si nasconde la voglia di soddisfare valori ancestrali. Insomma, la rivoluzione nel modo di intendere la comunicazione, i media, i rapporti tra fonti e utenti, la definizione stessa di 'prime time', è capitanata in prima istanza da un nuovo bisogno di socialità. Si tratta del motore che ha decretato il successo del così detto web 2.0, o my internet, come si suole anche chiamare, nel quale gli utenti finali costituiscono massa critica, potendo portare dalle stelle alle stalle un brand.

Le nuove tribù

In sintesi, dunque, parliamo della nascita di tribù post industriali, in cui la necessità di esprimere una nuova individualità diventa predominante. Il tutto sotto l'egida di tecnologie abilitanti. Come sintetizzato da Giuliano Noci (nella foto), ordinario di marketing al Politecnico di Milano, lo scenario impone al marketing una riorganizzazione, nella quale centrale diventa la co-creazione di esperienza.

Il push è morto

Se i 1600 messaggi, cui in media ognuno è sottoposto giornalmente, decretano la fine dell'efficacia di una comunicazione push, urlata, stressata per frequenza e intensità, non è trascurabile lo sforzo richiesto per generare attenzione attiva, coinvolgimento, engagement. In poche parole, si deve passare da un marketing di prodotto a un marketing di processo. Non esiste più distinzione tra azienda e mercato. Il consumatore è protagonista.

facebook YouTube I PIU' LETTI RSS

CERCA IN YOUMARK



L'E-BOOK  
del BUSINESS e della  
COMUNICAZIONE

SFOGLIA L'E-BOOK  
per conoscere chi c'è e cosa fa

CERCA NELL'E-BOOK

SE NON DICI  
CHE ESISTI.  
NESSUNO LO SA!

Apri la tua pagina nella guida per dire chi sei e farti trovare

[PER SAPERE COME FARE CLICCA QUI](#) ▶

## Clienti a lunga conservazione



Olisticamente uomo

Lo è il suo essere 'uomo', il suo apprendere attraverso i sensi, sottolineando la dimensione emotiva del dialogo. Ecco perché tecnologia e multicanalità devono puntare a contenere questa complessità, facendo emergere i valori ancestrali dell'uomo, quali socialità e autorealizzazione, cavalcando il passaggio dalla ricerca di una funzionalità del prodotto alla più ampia cultura sensistica.

Il web, ambiente e marketing

Guardando al futuro, Paolo Paolini, direttore Hoc-Lab (Hypermedia Open Center) del Politecnico di Milano, si spinge ancora oltre. Annuncia, infatti, come il futuro del web 2.0 sarà l'ambiente. Tra non molto l'apparecchio mobile diventerà il centro dell'universo dell'uso individuale. Scomparirà il pc da scrivania, riversandosi nella vasca da bagno, nei poster per strada, nelle auto, nell'ambiente. Il contesto si fa tecnologia, grazie a un fenomeno centrifugo e centripeto che ha origine dallo stesso mobile.

Per il marketing significherà inseguire il consumatore nel suo tempo libero, piuttosto che obbligarlo a farsi seguire. I contenuti da far scaricare attraverso il mobile diventeranno il 'tattoo', generatori del passaparola, perché è il cliente che diventa infrastruttura che trasferisce al mondo contenuti.

Per approfondimenti:

Convegno: Marketing reloaded: slogan o vero cambiamento?

Mip - School of Management del Politecnico di Milano - Milano 30 marzo 2007

[www.mip.polimi.it](http://www.mip.polimi.it)

in cui sono, inoltre, intervenuti:

Umberto Bertelè, presidente School of Management, Politecnico di Milano.

Daniele Sommavilla, vice president South Europe, Nielsen/NetRatings

Concetta Galante, senior client Team Manager, ACNielsen Italia

Giovanni Pola, business manager, Connexia

Arturo Dell'Acqua Bellavitis, direttore dipartimento di Industrial

Design, Arti, Comunicazione e Moda, Politecnico di Milano

Pietro Dotti, presidente e amministratore delegato, JWT

offerte di LAVORO E FORMAZIONE

INVIA LA TUA RICHIESTA ▶

AGENDA

LINK

VIDEOSHARING

tutte le categorie

VIDEOPRESENTATI




tutte le categorie

Italia  
Franco Giacomazzi, presidente, AISM  
Pietro Scott Covane, country manager, Microsoft Ondine  
Services Group in Italia

[GUARDA TUTTE LE NOTIZIE DI MARKETING ▶](#)

## I PIU' LETTI

[Giorno](#) [Settimana](#) [Mese](#)

- 1 • 2° giorno Summit Upa. Via col pepe 
- 2 • Studio Universal ti porta Hollywood anche in bagno 
- 3 • Dal Gruppo TBWA\Italia il lancio della nuova maglia adidas per il Milan
- 4 • Gli economisti internazionali li trovi sul sito del Sole 24 Ore
- 5 • Presentato in Senato il progetto di legge sulle gare pubbliche
- 6 • Per Confservizi Piemonte - Valle d'Aosta 30 secondi di stop motion 
- 7 • Gérard Franzin nuovo direttore marketing F.Ili Polli
- 8 • BUONE VACANZE A TUTTI
- 9 • Osservatorio Stampa-Fcp, gen-giu '010 pubblicità a -2%
- 10 • Go Up Communication comunica per Wonderbox

ISCRIVITI GRATIS ALLA **NEWSLETTER**

REGISTRATI 

**CERNUTO PIZZIGONI & PARTNERS**

 **CLEARCHANNEL**  
ITALY OUTDOOR

**casiraghi greco &**

**McCANN ERICKSON**

**GREY**

 Seguimi su  
**LIBERO MOBILE**

**LINK!**

Associazioni-Enti-Istituzioni

**TAG!**

1861united armando testa brand  
portal business press cayenne  
d'alv bbdo leo burnett lorenzo  
marini & associati mccann  
erickson publicis

*Tutti i contenuti pubbliredazionali sono contrassegnati dal simbolo ✨.*  
© 2007 Youmark - P.IVA e CF: 05763070967 – sede sociale Via Anco Marzio 8, 20123 Milano  
- RI Milano N° 05763070967 - REA 1847551 – capitale sociale euro 10.000  
di cui versato e risultante all'ultimo bilancio euro 2.500 -  
Youmark comunicazione marketing media reg. trib. di Milano n°353 del 28 maggio 2007  
[chi siamo](#) | [contatti](#) | [pubblicità](#) | [privacy](#)

Developed by Gag