



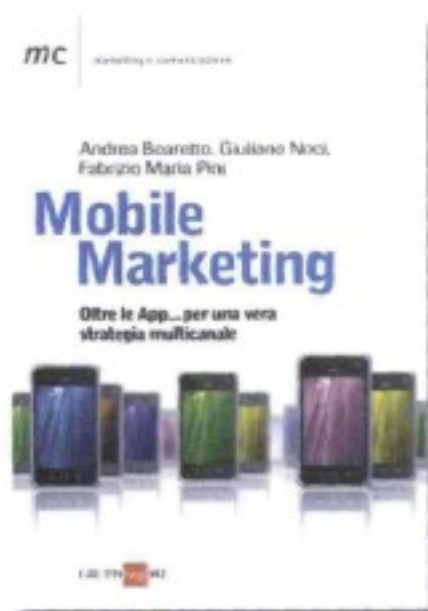
LA STRATEGIA MULTICANALE DEL MOBILE MARKETING

OGGI I CONTENUTI SI VEICOLANO IN DIVERSI FORMATI (DAGLI SMS ALLE APP) E SU UNA MOLTEPLICITÀ DI APPARATI (DAI CELLULARI, AI TABLET, AI NOTEBOOK) E DI RETI. UN TESTO DI BOARETTO, NOCI E PINI DESCRIVE QUESTO NUOVO SCENARIO.

Il mobile marketing è uno strumento ricco di risorse e di opportunità, ancora tutto da sfruttare e poco conosciuto. In un paese come l'Italia, che si distingue a livello mondiale per la penetrazione di cellulari e smartphone e per la numerosità delle utenze, è impossibile per il marketing ignorare le dinamiche di interazione che si sviluppano sull'ultimo arrivato tra i suoi canali.

In questo contesto si colloca *Mobile Marketing. Oltre le App... per una vera strategia multicanale*, il nuovo testo di Andrea Boaretto, Giuliano Noci e Fabrizio Maria Pini, edito da Il Sole 24 Ore nella collana Marketing e Comunicazione. I tre autori, componenti del più avanzato gruppo di esperti nazionali del Politecnico di Milano, hanno realizzato la prima opera in Italia su questo tema, fondata sull'esperienza pluriennale dell'Osservatorio MobileMarketing & Service del Politecnico milanese. Il testo individua le peculiarità del mobile, dei suoi modelli e comportamenti d'uso da parte dei consumatori, e dei contesti di consumo del mezzo; ne descrive formati, meccaniche, opportunità di utilizzo come strumento di advertising, promotion e relazione con i clienti; fornisce modelli, indicazioni per la corretta analisi dei risultati dell'utilizzo del mobile marketing; evidenzia trend futuri di nuove tecnologie e di utilizzo del mobile.

Andrea Boaretto è responsabile dei progetti di marketing della School of Management del Politecnico di Milano, consulente di marketing e docente di Marketing presso **MIP Politecnico** di Milano. Giuliano Noci è ordinario di marketing presso il Politecnico di Milano, dove è anche Prorettore del Polo territoriale cinese. Dal 2009 è Associate Dean di **MIP Politecnico** di Milano. Fabrizio Maria Pini è docente senior di Marketing e coordinatore dell'area Marketing presso **MIP Politecnico** di Milano. È consulente di marketing e collabora con diverse business school europee.



MOBILE MARKETING. OLTRE LE APP...
PER UNA VERA STRATEGIA MULTICANALE
DI ANDREA BOARETTO, GIULIANO NOCI E
FABRIZIO MARIA PINI
ED. IL SOLE 24 ORE, 2011, 220 PP., 24 EURO