

## Marchèttling: il marketing del buon senso

### Marketing e comunicazione in caso di crisi

Novembre 4, 2008 in [advertising](#), [management](#), [pierre](#), [recensioni](#), [web](#) | Tags: [brand](#), [comunicazione](#), [crisi](#), [Hegel](#), [idee](#), [Luca De Biase](#), [marchio](#), [marketing](#) | [2 comments](#)



Crisi. Economica. Finanziaria. Di nervi. Si parla di recessione, si agitano fantasmi, sicuramente lo scenario mondiale non è così tranquillo.

Banche che crollano, certezze che si sgretolano. Cassandre che urlano ai quattro venti.

Passaggi. Si tratta di fasi. Di passaggi. Con un ritorno, auspicato, ad un'economia più "reale". Magari con un volto "più umano". [Magari quella della "felicità" per dirla con Luca De Biase.](#)

E comunque - nel corso di questi passaggi - il marketing si rivela quantomai utile. Necessario. Non banale orpello, *tanto la pubblicità non serve e abbiamo già le Pagine Gialle.*

Il marketing crea delle differenze. In tempo di crisi c'è selezione e solo i marchi dotati di contenuti veri alle spalle e con efficaci azioni di proposizione possono sopravvivere. In epoche di contrazione dei mercati e dei consumi solo i marchi forti vivono. Forti non significa necessariamente danarosi e con grandi possibilità di investimento. Forti vuol dire ricchi di idee.

Le idee - per dirla con Hegel - hanno mani e piedi.

### L'immaginazione è più importante della conoscenza

Ottobre 30, 2008 in [entertainment](#), [pierre](#), [recensioni](#), [web](#) | Tags: [Albert Einstein](#), [comunicazione](#), [immaginazione](#), [marketing](#) | [2 comments](#)



Lo ha detto Albert Einstein. Da un pò non scrivevo qui sopra. Non perchè mi sia disamorato. Anzi. E' che la vita "analogica" è stata estremamente impegnativa nelle ultime settimane. Viaggi, cambiamenti, ancora viaggi. Ed ecco che volevo "tornare" con una bella frase. Che potesse significare qualcosa. Che potesse dire qualcosa.

Dobbiamo tornare a immaginare. Liberare certi anfratti del cervello pieni di ragnatele. Liberare estro, creatività. Tornare a sognare.

A far sognare.

Nel marketing, nella vita. Alla faccia di vere o presunte recessioni.

## [Il comunicato stampa bonsai](#)

Settembre 23, 2008 in [advertising](#), [pierre](#) | Tags: [advertising](#), [comunicato stampa](#), [Lamborghini](#), [press](#), [Repubblica](#) | [No comments](#)



"Lamborghini svela il primo dettaglio della novità di Parigi", questo il comunicato stampa che [diversi giornalisti](#) hanno ricevuto pochi giorni fa, unitamente ad una foto di un dettaglio di marmitta.

Un vero comunicato stampa bonsai. Con tanto di foto "misteriosa".

Un comunicato stampa deve restare un comunicato stampa. Deve informare. Dire delle cose. Non suggerire. Altrimenti si sconfinava nell'advertising. Nella presa in giro, come qualcuno ha detto. A ciascuno il suo mestiere.

## [Il futuro dei contenuti educativi](#)

Settembre 23, 2008 in [eLearning/formazione](#), [pierre](#), [web](#) | Tags: [contenuti](#), [Decom](#), [educazione](#), [elearning](#), [formazione a distanza](#), [Giunti editore](#), [Giunti Labs](#) | [No comments](#)



Ogni anno [Giunti Labs](#) organizza un grande evento sull'eLearning e il futuro dei contenuti "educativi". Quest'anno (23 ottobre) è la volta di DECOM (Digital Educational Content Marketplaces): come si prospetta il futuro dell'industria degli educational content? Quali minacce e quali opportunità attraversano il campo della creazione, gestione, condivisione e distribuzione dei contenuti educativi?

Gli attuali modelli di produzione e distribuzione di contenuti educativi, concepiti nell'era analogica e dell'erogazione di massa, segnano sempre più il passo nel mondo digitale. Le realtà industriali ed accademiche più avanzate stanno cercando fornire risposte ad una domanda in continua evoluzione e con caratteristiche strutturalmente diverse da quelle a cui eravamo abituati.

A Decom saranno presenti gruppi editoriali di livello internazionale già impegnati in questo processo di cambiamento, quali McGraw Hill, Elsevier, Pearson, e università attive nella produzione di "open content" come Open University (UK), MIT di Boston e Open University olandese. La Commissione Europea presenterà le iniziative di sostegno all'innovazione del settore editoriale.

Sponsor dell'evento saranno IBM, Cisco, Cegos, Plateau, AxMedia Tech e SIF Association.

Altre info a [www.decom2008.com](http://www.decom2008.com)

## [Games Convention 2008](#)

Agosto 28, 2008 in [gaming](#) | Tags: [Games Convention](#), [Lipsia](#), [Nitho](#), [Ps3](#), [videogame](#), [videogiochi](#), [Wii](#) | [No comments](#)



La Germania non è solo salsicce e birra: dal 20 al 24 agosto si è tenuta infatti la Games Convention di Lipsia, ormai la fiera videogame più importante al mondo, ben divisa tra parte consumer con deliranti padiglioni pieni di fumi e raggi laser e parte business, con tranquilli uffici chiusi al pubblico nei quali fare affari.

[NITHO](#) aveva due stand, sia nella parte chiassosa che in quella tranquilla. Un'ottima fiera. Il blog ha sofferto per la mancanza di post in quanto si è trattato dell'evento europeo più importante.

Ottime possibilità di espandere il business, in gran parte attualmente concentrato al Sud Europa, anche

al Nord. Il Grande Nord, la Germania, il BeNeLux, la Russia. Si va. Il mercato della cosiddetta “nuova generazione” sta maturando, credo non sia ancora alla fase di picco. Mancano ancora molte macchine installate (leggi Ps3, Wii in primis) per poter generare un mercato davvero di massa per gli accessori gaming non originali, che sono il pane di NITHO. Ma si va.

Non sono stato impressionato (e lo dico immodestamente) dalle proposte della concorrenza. Al limite mi ha turbato il volume da rave party dello stand di Hama (produttore tedesco di periferiche) di fronte al nostro. Nessuna grande novità da MadCatz-Saitek (ora “fuse” insieme), da Thrustmaster, da Speed Link. Il nostro catalogo (per l’occasione focalizzato solo su prodotti TOP e originali) è ben costruito: fortissimo su Ds Lite e Wii, con tecnologia a basso costo per Ps3 e PSP Slim. Un’offerta forte, di rottura su molti codici. Prezzi che fanno gola. Qualità e stile italiani.

Da segnalare il ristorante italiano del centro di Halle (periferia di Lipsia), la spietata organizzazione dei nostri colleghi/agenti tedeschi, il cattivo gusto della moda germanica, le salsicce a colazione, le maracas per Wii, il maniacale rispetto delle distanze di sicurezza e dei limiti di velocità sulle autostrade, l’utilizzo delle frecce direzionali da parte degli automobilisti tedeschi, la pioggia fredda e la nebbia al 20 di agosto, la mancata partecipazione di Nintendo alla fiera.

## Il consumatore digitale

Agosto 4, 2008 in [advertising](#), [management](#), [pierre](#), [web](#) | Tags: [brand](#), [consumatore digitale](#), [marketing](#), [Michele Ficara Manganelli](#), [MyMarketing.Net](#), [pubblicità](#), [social network](#), [web2](#) | [No comments](#)



Un pò di tempo fa leggevo un intervento di Michele Ficara Manganelli, presidente di Assodigitale, su MyMarketing.Net in cui stigmatizzava una certa sonnolenza dei pubblicitari restii ad accogliere le sfide e le esigenze che il “consumatore digitale” ormai manifesta.

Il consumatore digitale, che Michele definisce *un alieno ormai atterrato da tempo sul nostro pianeta*, non è più un’entità astratta, un concetto libresco, un topos letterario che vive solo nelle slide dei consulenti e degli stakeholder alle conferenze: è vivo, vegeto, dinamico, attivissimo.

Il consumatore digitale siamo anche noi. Pensate a come sono cambiate le nostre attitudini e le abitudini di acquisto negli ultimi 5/10 anni. Pensate al ruolo sempre più formativo/informativo che la Rete incarna e rappresenta. Pensate a come acquistavate anche solo pochi anni fa e a come vi ponete ora di fronte ad un Brand, ad una decisione di acquisto, ad una transazione.

Il consumatore digitale è più avvertito, più informato. Meno influenzabile. meno “bovino” e senza paraocchi. Una Marca che voglia oggi lanciarsi sul mercato non può più prescindere dall’utilizzo di internet. Che non è - come molti pensano - uno strumento solo informativo. E’ un modo di essere, di vivere: è un mondo, è un’opportunità, è una piazza ... e come ogni piazza ha i suoi frequentatori, i disturbatori, lo Scemo del Villaggio ... anche qui - anche se non si tratta di un paese piccolo - la gente “mormora”, anzi conversa ... è nella conversazione la radice e la sostanza che guida il consumatore digitale a rapportarsi con le Marche. Possiamo fare finta di essere sordi o - con umiltà e preparazione - iniziare ad ascoltare...

## Consigli per gli acquisti

Luglio 25, 2008 in [gaming](#) | Tags: [accessori](#), [gaming](#), [hardware](#), [Idef](#), [Nitho](#), [videogame](#), [videogiochi](#) | [No comments](#)

Multimedia Game riporta una mia intervista realizzata dopo la fiera IDEF di Cannes in cui traccio un bilancio dell’evento e lancio un pò di consigli per gli acquisti sui prodotti [NITHO](#) per la Stagione 2008.



## Rifiuti, acqua ed energia: pubblicata l’Agenda di Ravenna 2008

Luglio 24, 2008 in [recensioni](#) | Tags: [acqua](#), [energia](#), [Labelab](#), [raccolta differenziata](#), [Ravenna 2008](#), [rifiuti](#), [sviluppo sostenibile](#) | [No comments](#)



Si tratta di un evento molto importante, che richiamerà a Ravenna decine di esperti, tecnici, giornalisti per discutere di rifiuti, acqua ed energia: [Ravenna 2008](#) si presenta come uno degli appuntamenti dell’anno per affrontare queste tematiche di scottante attualità. Non fosse altro per l’incidenza sempre maggiore delle bollette sulle spese delle famiglie italiane.

Si parte l’8 ottobre, fino al 10, con questo programma:

-16 labMeeting, momenti formativi e di approfondimento sulle tematiche in oggetto, svolti da 75 tra i più importanti esperti da istituzioni, centri di ricerca, aziende, società di progettazione e consulenza

-12 Workshop, momenti di dialogo “settoriali” organizzati da enti come Federambiente, Conai, Fondazione AMGA, Confindustria, CNA...

-una conferenza, che vedrà anche la presentazione del “libro bianco” sulle buone pratiche nel campo dello sviluppo sostenibile, ricerca, formazione, riciclo, raccolta differenziata.

Tanti i media partner che ho coinvolto in qualità di consulente per la comunicazione: la casa editrice [Maggioli](#), in particolare con la rivista [Ambiente Territorio](#), [Greenreport.it](#), [Rinnovabili.it](#), [Staffetta On Line](#), [Ambiente TV](#), [QI - Ambiente Energia Sicurezza](#), [Eco Radio](#), [e-Gazette.it](#), [Zero Emission TV](#), [TuttoAmbiente.it](#), [Novambiente.it](#), [Achab Group](#) e gli amici di [eXtrapola](#).

Il Corriere della Sera di lunedì scorso dà già visibilità all'evento, per la penna di [Umberto Torelli](#), che vorrei coinvolgere come moderatore alla Conferenza:



## [Le basi del marketing sul web](#)

Luglio 22, 2008 in [entertainment](#), [management](#), [pierre](#), [web](#) | Tags: [internet marketing](#), [social media](#), [web 2.0](#), [web marketing](#) | [1 comment](#)



Cara Grande Azienda Tradizionale Attiva nel Comparto del Largo Consumo, mi hai chiesto cosa ne penso del tuo portale. E cosa farei per migliorarlo.

Ti rispondo schiettamente: tu vendi prodotti on line, sicuramente in questa fase non hai ancora volumi e fatturati sufficienti che giustifichino investimenti milionari, ma qualcosa la devi fare. Devi iniziare a pensare che il mercato sta cambiando. Che i figli dei tuoi clienti storici usano sempre di più internet non solo per comprare. Lo usano per informarsi, e per fare poi acquisti “fisici”, con la presenza di persone vere in negozi non virtuali: si chiama Infocommerce ed è un fenomeno che sta prendendo sempre più piede. Ma non sono solo i figli o i cosiddetti “smanettoni” a usare internet. Lo ha dimostrato una ricerca del Po.Li.Mi. ad inizio anno: le casalinghe di Voghera (di cui io sono un figlio) sono sempre più presenti davanti al monitor del PC, la sera, e navigano alla ricerca di spunti, contenuti, news, suggerimenti.

Che cosa fai tu per queste persone? Hai un bel portale, è vero. Ma è troppo “ingessato”, troppo poco flessibile. Troppo mastodontico. Anche a livello di navigazione generale. Hai bisogno di “togliere” per dare rilevanza alla tua “sostanza”: spesso è il “vuoto” che dà senso al “pieno”. E non parlo solo della veste grafica che, per carità, mi piace anche. Parlo della struttura generale.

Chiediti poi che cosa fa un consumatore quando è on line sul tuo sito. Controlla quali pagine visita, quanto ci sta...dove preferisce fermarsi, quali percorsi effettua... Chiediti cosa puoi fare per migliorare e ottimizzare la permanenza di questo consumatore sul tuo sito.

Parla di te. Raccontati. Senza filtri. Senza pomposi trionfalismi. Fai uscire fuori la tua vera natura. I tuoi valori, perchè questi valori ci sono e sono forti.

Coccola il tuo consumatore. Fagli regali. Fallo sentire importante. Ricordagli che lui è fondamentale per te, e che insieme potete fare grandi cose.

Cerca nuovi consumatori da coccolare. Campagne banner? Sì, va bene, lo so che non possiamo rinunciare a questa forma di promozione, ma inizia a pensare ad altre cose. Parlavamo - ti ricordi? - di social media. Non averne paura. E' importante che tu capisca che deve cambiare il tuo approccio generale al mercato, al mondo on line. Che tu capisca che non puoi più rinunciare alla conversazione. Alla condivisione. Allo scambio. Per anni la gente ha parlato comunque di te. E' giunto il momento di entrare in quei discorsi in prima persona.

Se hai bisogno io ci sono, lo sai

tuo affezionato markettaro

## [Marchèting e Pubblicità Italia](#)

Luglio 21, 2008 in [advertising](#), [management](#), [pierre](#), [recensioni](#), [web](#) | Tags: [blog](#), [comunicazione](#), [Gian Maria Brega](#), [marketing](#), [marketing conversazionale](#), [Pubblicità Italia](#), [social media](#), [social network](#), [web](#) | [2 comments](#)

Mi hanno recentemente interpellato per un servizio su “blog & comunicazione”, apparso ora su Pubblicità Italia.

Sono contento che la giornalista abbia riportato il mio concetto relativo allo “scendere dal piedistallo” da parte delle aziende che stanno sperimentando nuove forme di comunicazione “informale”...

Qui sotto c'è uno stralcio...



5