

INTERNET PER TUTTI

La comunicazione a quattro direzioni

PASQUALE POPOLIZIO*

Lunedì scorso 27 aprile, presso la sede di Intesa San Paolo Formazione, a Napoli, si è tenuto l'incontro "Nuovo Web e Marketing a 4 Direzioni", organizzato dall'Aism, Associazione Italiana Marketing (<http://www.aism.org>).

L'Aism è un'associazione senza fini di lucro che per prima in Italia è impegnata, da oltre 50 anni, a sviluppare e promuovere la cultura e la professionalità del Marketing. Fondata nel 1954 dal Prof. Guglielmo Tagliacarne, precursore delle ricerche sul modo di pensare e di vivere dei consumatori, nel corso degli anni Aism è diventata il principale punto di riferimento per i manager, i consulenti, i ricercatori, gli imprenditori, i docenti universitari, che si occupano di Marketing in Italia. Aism opera per lo sviluppo e la diffusione della cultura di Marketing e delle molteplici tecniche connesse attraverso attività di formazione (Aism Marketing School), seminari, incontri, eventi, convegni, pubblicazioni e studi. E' inoltre impegnata nel riconoscimento della professione di marketing nell'ambito degli Enti che stanno legiferando in merito.

L'incontro, coordinato da Raffaele Crispino, Partner Project & Planning e Consigliere Aism, ha visto la presenza del Prof. Franco Giacomazzi del Politecnico di Milano, presidente dell'AIMS e di Marco Camisani Calzolari, docente Università Statale di Milano e presidente Speakage, entrambi coautori del libro "Impresa 4.0 - Marketing e comunicazione digitale a 4 direzioni" (<http://www.impresa4.com>). Al dibattito, aperto da Pietro Miraglia, direttore generale Intesa San Paolo Formazione hanno partecipato, oltre ad una trentina di professionisti e rappresentanti di aziende, Luigi Cantone, docente di

Home page del sito <http://www.impresa4.com>

Marketing Università degli Studi Federico II di Napoli, Michele Blasi, coordinatore di Mercato Imprese Area Napoli e Campania Nord, Banco di Napoli SpA, Angelo Bruscolo, presidente Sezione Giovani API Associazione delle Piccole e Medie Industrie di Napoli e Provincia, Emilio Mastantuoni, sales manager IBM General Business e Leo Aruta, Dynmics Srl.

Il modello a 4 direzioni viene individuato dagli autori del libro come la relazione comunicativa di impresa, uno dei pilastri e fattori di successo di un'impresa moderna, il processo complessivo di rapportarsi al mondo esterno, riceverne feedback e ascoltarlo. La relazione comunicativa viene declinata nei principali ambiti in cui può manifestarsi: la relazione con il mercato, con gli stakeholder e, infine, quella tra l'impresa e i propri collaboratori. In sostanza sono stati individuati due mondi: quello interno e quello esterno; quindi "Dentro" e "Fuori", che attraverso tutte le possibili combinazioni danno luogo alle 4 direzioni della relazione comunicativa: Dentro-Fuori, Dentro-Dentro, Fuori-Fuori, Fuori-Dentro.

Il modello a quattro direzioni rappresenta uno strumento affini-

ché le potenzialità messe a disposizione dal nuovo web siano sfruttate correttamente dalle aziende.

"Impresa 4.0 Marketing e Comunicazione digitale a 4 direzioni", di Giacomazzi e Camisani Calzolari offre alle imprese ed ai manager una chiave interpretativa per comprendere la transizione imposta dalle nuove tecnologie digitali e il giusto impiego degli strumenti nella relazione comunicativa d'impresa a supporto del Marketing. Il volume rappresenta uno strumento operativo e applicabile a tutte le attività di marketing delle aziende, sviluppando in modo chiaro, organico e razionale le tematiche che sono a cuore di ogni manager che, coerentemente con le sue strategie, non può prescindere dalle varie politiche del marketing digitale che sono ormai parte integrante delle scelte aziendali vincenti. Il volume ha una ricca appendice con la descrizione dettagliata dei principali strumenti e Web application che sono a disposizione per realizzare ed applicare una sana e corretta "relazione comunicativa di impresa".

*esperto di Web Marketing e accessibilità Web
pasquale.popolizio@gmail.com