



ASSOCIAZIONE
ITALIANA
SVILUPPO
MARKETING

CONGRESSO 2016

#Marketing16

ALCUNI FATTORI CRITICI DEL MARKETING MANAGER

Franco Giacomazzi

Presidente Comitato Scientifico A.I.S.M.

Giovedì 18 febbraio 2016

Client Center IBM Circonvallazione Idroscalo



ASSOCIAZIONE
ITALIANA
SVILUPPO
MARKETING

CONGRESSO 2016

#Marketing16

LA RELAZIONE CON GLI ALTRI



ASSOCIAZIONE
ITALIANA
SVILUPPO
MARKETING

2004 ESPLOSIONE DEL DIGITALE

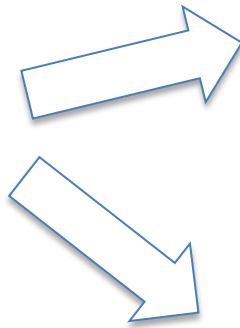
GLI STRUMENTI

DEL WEB 2.0

**LA RIVOLUZIONE DIGITALE È STATA ANCHE
UNA RIVOLUZIONE NELLA COMUNICAZIONE**



MULTICANALITÀ

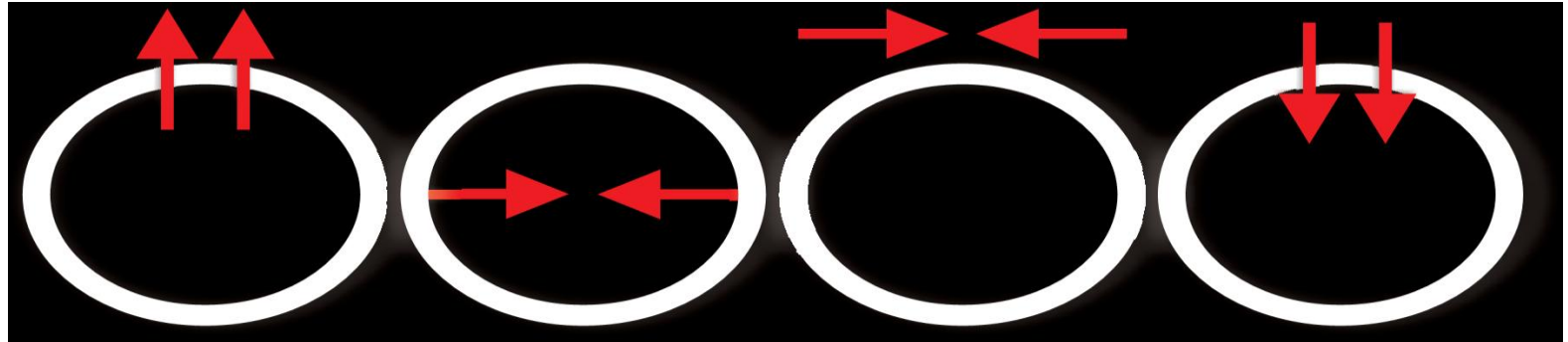


DI COMUNICAZIONE



DI DISTRIBUZIONE

NECESSITÀ DI PRESIDARE LE 4 DIREZIONI



- **DENTRO-FUORI:** dall'impresa verso i poli ad essa esterni
- **DENTRO-DENTRO:** all'interno del sistema impresa
- **FUORI-FUORI:** all'interno di ciascun polo, cioè tra i suoi componenti
- **FUORI-DENTRO:** dai poli verso l'impresa

AD OGNI DIREZIONE VENGONO ASSOCIATI SPECIFICI STRUMENTI



ASSOCIAZIONE
ITALIANA
SVILUPPO
MARKETING

CONGRESSO 2016

#Marketing16

CRITICITÀ DI COMPETENZE 1.



ASSOCIAZIONE
ITALIANA
SVILUPPO
MARKETING

CRITICITÀ 1. GESTIRE MULTICANALITÀ

MESSAGGI

- QUALITÀ
- COERENZA CANALI
- ADATTAMENTO DEVICE
- TIMING
- TARGET
- AUTOMATION





ASSOCIAZIONE
ITALIANA
SVILUPPO
MARKETING

PROBLEMA TIPICO DI CUSTOMER COMMUNICATION

**MESSAGGI ORIGINE DIVERSA, PROCESSI DIVERSI
AFFIDATI A TECNOLOGIE DIVERSE NON CONGRUENTI
SU CANALI DIVERSI**





ASSOCIAZIONE
ITALIANA
SVILUPPO
MARKETING

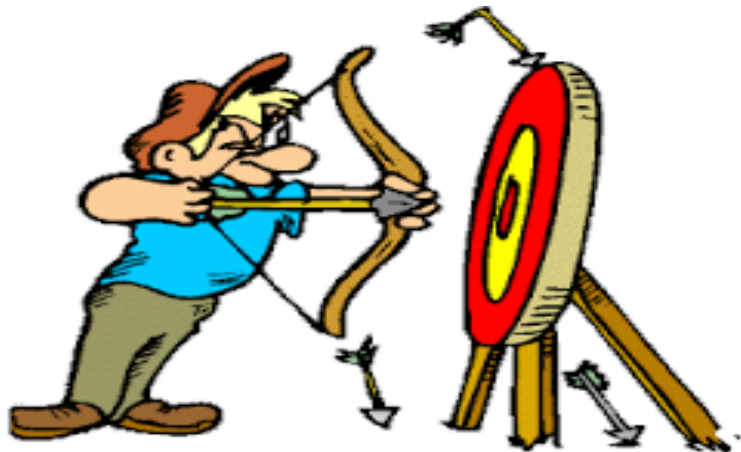
CONGRESSO 2016

#Marketing16

CRITICITÀ DI COMPETENZE 2.



ASSOCIAZIONE
ITALIANA
SVILUPPO
MARKETING



CRITICITÀ 2. DATA BASE MARKETING

BIG DATA

- REPERIRE
- AGGIORNARE

ANALYTICS

- DATA SCIENTIST

MICROTARGETING

- CUSTOMER INSIGHT
- OFFERTA

DA TARGET A “*DYNAMIC PERSONAS*”

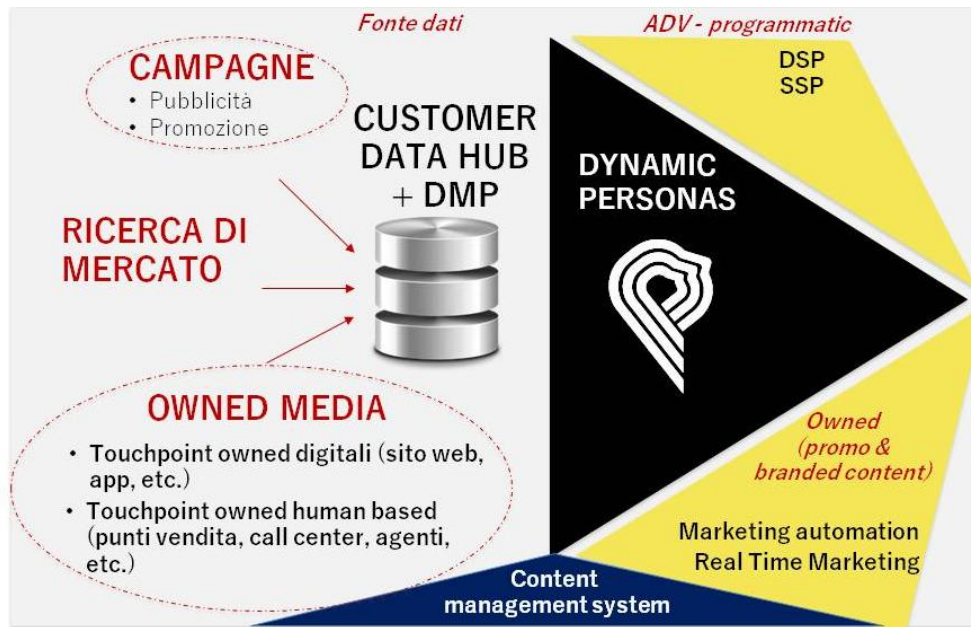


Maschera



Intento Funzionale
Intento Emotivo

Dynamic Personas implica un nuovo ecosistema IT-Marketing





ASSOCIAZIONE
ITALIANA
SVILUPPO
MARKETING

CONGRESSO 2016

#Marketing16

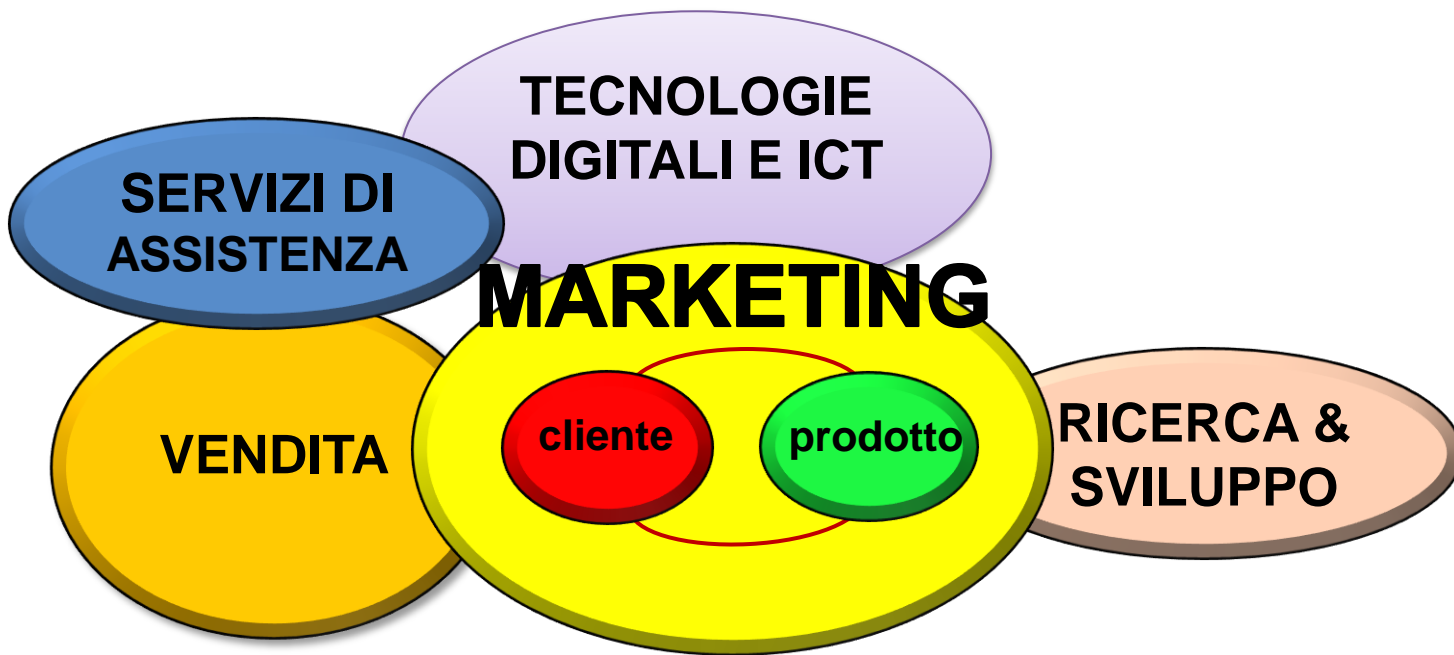
CRITICITÀ DI COMPETENZE 3.

- **I RUOLI CHIAVE DEL MARKETING SONO PRESIDATI?**
- **L'ATTENZIONE A SOSTENIBILITÀ, AMBIENTE È TRASMESSA DALLA BRAND IMAGE?**
- **MARKETING GUIDA IL PROCESSO DI CAMBIAMENTO COINVOLGENDO I TEAMS?**



ASSOCIAZIONE
ITALIANA
SVILUPPO
MARKETING

INTEGRAZIONE INTERFUNZIONALE





ASSOCIAZIONE
ITALIANA
SVILUPPO
MARKETING

CONGRESSO 2016

#Marketing16

