

<http://www.editoria.tv/tlc-ict/innovazione-e-business-il-new-marketing-passa-per-la-rete/>

Innovazione e business, il new marketing passa per la rete

Publicitari ed investitori puntano su social. Ma attenti alla "Web Reputation"

di Arianna Esposito | 2 luglio 2013

0 Commenti | (41) visualizzazioni



Innovazione e business viaggiano sempre più sui social network. Vale la pena ripeterlo: le piattaforme di condivisione online, laddove sfruttate al meglio, possono davvero rivelarsi fruttuose economicamente. Lo ha confermato anche la vice presidente dell'Ibm, Sandy Carter in occasione del Social Business Forum in corso di svolgimento a Milano.

La Carter si è focalizzata in particolare su quelle che sono le nuove frontiere del web marketing, lo

strumento che fa leva sul rapporto diretto tra produttore e consumatore.

Se prima vigeva un modello di dinamica del tipo "business to business", per poi passare al "business to consumer" ora si è definitivamente varcata la soglia del "person to person". Insomma la parola d'ordine è diventata l'individualità. Vale a dire la necessità di concentrarsi sui bisogni delle singole entità. Un fatto, questo, che consente ai pubblicitari ed ai vertici delle grandi aziende di confezionare un tipo di campagna e di offerta pubblicitaria ad hoc sempre più mirata in base ai gusti ed alle esigenze del singolo cliente.

Dietro le preferenze espresse sui social network, c'è tutto un team di esperti che cataloga le predilezioni dei naviganti per poi legarle ad altri "gusti" affini ad esse. Dunque ogni nostra azione commessa in rete viene continuamente monitorata. Attenzione quindi alla "Web Reputation" che ci facciamo navigando sul web, perché, a lungo andare, potrebbe rivelarsi una pericolosa arma a doppio taglio per quanto riguarda eventuali profili occupazionali.

Ma come fare per tenere sotto controllo, e perché no, migliorare la nostra immagine sul web, attraverso un buon posizionamento sui motori di ricerca? Uno strumento è quello che in gergo viene definito "Bid", ovvero una quota da pagare per ottenere un certo tipo di indicizzazione all'interno di un determinato portale.

Se lo strumento si rivela efficace allora il nostro marchio, che ad esempio vogliamo promuovere, viaggerà alla velocità della luce per arrivare ai massimi livelli di "Social Engaging", vale a dire il coinvolgimento effettivo dell'utente nei confronti del brand.

Questi i termini e condizioni del New Marketing e se non vogliamo rimanere tagliati fuori dal tam-tam digitale, è bene che iniziamo da subito ad assimilarli.