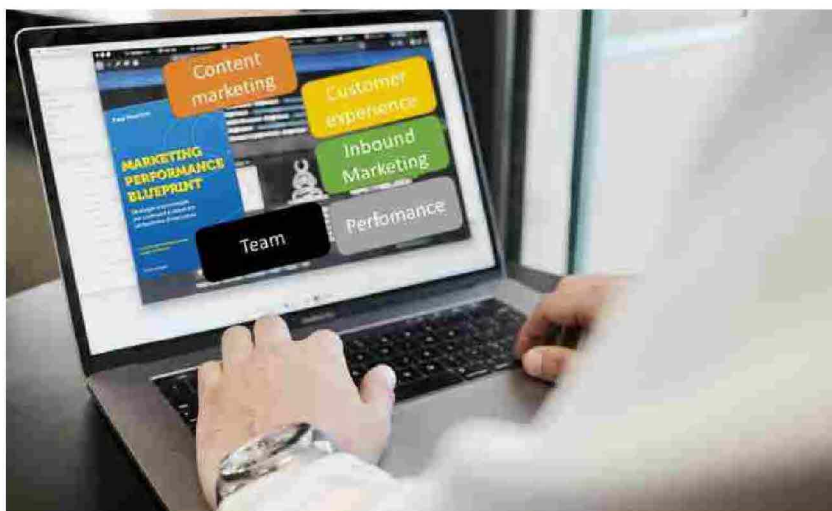


CONTATTI



Home / Marketing

Marketing performance: competenze, tecnologie e strategie

 VENERDÌ, 17 MAGGIO 2019 **B2** LA REDAZIONE [MARKETING](#)

0 COMMENTI



Marketing performance due parole che unite insieme riflettono un valore rilevante per i brand, che si muovono verso modelli innovativi di business.

In un sistema iper-competitivo, complesso e sempre più incerto, la dinamicità di adattamento all'evoluzione tecnologiche, che stanno rivoluzionando radicalmente il nostro stile di vita e di lavorare è un punto cruciale nelle strategie di marketing performance.

I marketer e i brand devono prendere in considerazione il fattore mutevole delle competenze tecnico specialistiche da introdurre in azienda. Adottare una strategia orientata a **valorizzare il marketing performance** significa innescare una serie di azioni e meccanismi operativi molto variegati, che devono avere ben in testa i **nuovi paradigmi dominanti**.

Per avere un quadro chiaro e dettagliato di come adottare un siffatto modus operandi, può essere interessante la lettura della guida edita da **FrancoAngeli**, dal titolo **"Marketing Performance Blueprint – strategie e tecnologie per costruire un business di successo"**. Il **libro è scritto da Paul Roetzer** e l'edizione italiana è stata curata da **Giorgio Ghisalberti**.

B2CORPORATE ACADEMY



Excel e VBA

Da zero all'automation.

Massimo Zucchini

€80

[Iscriviti subito!](#)


Analisi dei dati con le Tabelle Pivot Excel

Da livello base ad avanzato

Massimo Zucchini

€40

[Iscriviti subito!](#)

I NOSTRI PRODOTTI PIÙ VENDUTI

Excel - Il calcolo Tabellare - Vol 1 - Nozioni fondamentali

€19,00





Una questione di competenze distintive al passo con la tecnologia

Nella guida **Marketing Performance Blueprint**, si evidenzia una necessità ormai primordiale, ovvero quella di colmare il gap a livello di competenze di marketing correlato alle innovazioni tecnologiche e alla diffusione di una cultura aziendale, che deve aderire alla digital transformation in tutte le sue sfumature.

Sperimentare di continuo è la strada da percorrere. Il marketing è sempre più complesso e necessita un know how molto elevato e diversificato focalizzato su diversi ambiti, come ad esempio:

- automazioni,
- misurazione dei risultati attraverso il monitoraggio di kpis,
- utilizzo continuativo del content marketing,
- ecommerce,
- seo,
- social network,
- customer experience,
- email marketing.

Siamo nell'era dell'**inbound marketing**, strategia fortemente orientata ad attrarre il target utenti di riferimento. Sono i potenziali clienti, che mi cercano perché interessati ad un dato argomento o alla risoluzione di un determinato problema.

I brand devono innescare azioni efficaci per attrarre i consumatori vero le proprie piattaforme,

Controllo di gestione in pratica - Seconda Edizione - 2017

€23,00



Excel - Il calcolo Tabellare - Vol 2 - Matrici e formule matriciali

€19,00



Applicazioni Aziendali Excel

€19,00



Tabelle Pivot Excel: analisi e performance

€9,99



La gestione della tesoreria aziendale con Excel

€12,00



I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA



IMPRESA

40 modelli excel gratuiti per il tuo business

📅 MER, 26 SET



IMPRESA

Come si calcola il modello 730

📅 GIO, 7 MAR



IMPRESA

RAE e SAE: che cosa sono e come si ottengono online

📅 GIO, 30 NOV



IMPRESA

Giorni dilazione pagamento: calcolo del DSO

📅 VEN, 24 NOV



IMPRESA

Condividere e lavorare contemporaneamente un file excel

📅 SAB, 30 SET

RECENSIONI



Soluzioni di Content marketing pronte all'uso

★★★★★



Smart working strategia in 12 mosse a cura di Umberto Santucci [Recensione]

★★★★★

siti internet o social network e seguirli in tutto il loro customer journey.

Il content marketing, le strategie di automation, analytics, sono davvero un elemento di forte impatto per valorizzare la brand experience ed entrare nella testa di clienti e potenziali interessati.

Il ruolo centrale del team di lavoro nella strategia di marketing performance

La guida **Marketing Performance**, focalizza la sua attenzione sul delicato processo di implementazione di un modello orientato su un ampio ventaglio di competenze tecnico-specialistiche, richiede, come evidenziato una fase necessaria per colmare il gap esistente. Occorre modellare un organigramma del team di marketing snello e sempre più ibrido, arricchito da qualche talento proveniente dall'esterno in grado di aiutare a mutare il mindset del team.



Ricorda: La motivazione e la sperimentazione per creare un marketing innovativo sono tutto, la necessità di formazione continua per adeguarsi e crescere è un punto basilare irrinunciabile.



Tecnologia, innovazione e customer experience

Un altro punto toccato dall'autore è quello legato al tema dell'adozione della tecnologia e dell'impatto dell'automation.

La **digital transformation** e le sue declinazioni rappresentano fattori critici di successo, che se ben strutturati possono contribuire a snellire molte attività di routine e a creare percorsi esperienziali e personalizzati per i nostri utenti.

Algoritmi e intelligenza artificiale contribuiscono a valorizzare le strategie dei brand e le analisi predittive in un contesto multi canale.

Elementi distintivi per costruire il tuo approccio di marketing performance

Il libro **"Marketing Performance"** guida il lettore ad porre l'attenzione su alcune pietre miliari:

- mappatura delle strategie di marketing technology.
- introduzione della fase di **valutazione delle attività di marketing** e costruzione di un **modello di marketing score** finalizzato al monitoraggio degli stati di avanzamento delle attività e alla misurazione delle performance. Questa fase è molto complessa e può richiedere diversi step di azione. nella guida trovate un capitolo dedicato al modo di elaborare una **marketing scorecard** in **6 step fondamentali**.



Growth Hacker – Mindset e strumenti per far crescere il tuo business

★★★★☆



Da Brand a Friend: nuove strategie per fare business online

★★★★☆



Digital entrepreneur: strategia e pratica per startup

★★★★☆