

## LA FINE DEL MARKETING?

Un libro rivolto a chiunque abbia la voglia, o la necessità, di aggiornarsi, formarsi e fermarsi. Perché tutti noi, esperti di marketing o meno, dobbiamo essere clienti, e consumatori, consapevoli del mondo che cambia

Tra le vittime illustri della rivoluzione del digitale e dell'affermazione conseguente delle imprese piattaforma v'è anche il marketing come siamo stati abituati per decenni a conoscerlo? La domanda sorge spontanea leggendo l'ultimo lavoro di Alberto Maestri , " Platform brand. Ripensare l'esperienza di marketing nell'economia digitale ", appena pubblicato da FrancoAngeli .

Il testo, per espressa ammissione dell'autore, non fornisce consigli utili su come gestire gli effetti della piattaforma sulla comunicazione di marca. Aiuta esperti e non, a fronteggiare le implicazioni che algoritmi, competenze, applicazioni portano nel comunicare il brand .

Una rivoluzione, lo abbiamo iniziato a capire, che mette tutti contemporaneamente nella invidiabile condizione di dettare la linea su quello che la marca vuole e deve comunicare .

Insomma, una Comune del brand , dove tutti sono legittimati a dire la loro e a caratterizzare l'universo valoriale che questa vuole comunicare. Ma con un protagonista in più: gli algoritmi, capaci di governare miliardi di informazioni e dati, profilando opinioni, gusti, preferenze. Insomma, un consulente virtuale che siede nel posto più importante nella sala riunioni in cui si prendono le decisioni.

Il cambiamento è radicale , non c'è che dire. Impatta anche sulla struttura del lavoro e sul concetto stesso di marca.

In questo contesto cambia il marketing? Certo, ed a braccia dimensioni nuove, costruite sull'esperienza, l'universo di valori, la narrazione e la presa di posizione. Conseguentemente anche le professioni che possono concorrere a questa attività debbono avere competenze, sensibilità, capacità di lettura e narrazione tutte nuove.

Una sfida nella sfida. Certi che non sia l'ultima ne la più complessa da affrontare.

**Titolo: Platform Brand. Ripensare l'esperienza di marketing nell'economia digitale**

**Autore: Alberto Maestri**

**Contributi: Alessandro Giaume, Mauro Lupi, Italo Marconi, Giuseppe Mayer, Rossella Munafò, Joseph Sassoon**

**Editore: FrancoAngeli**

**Pagine: 129**

**@federicounnia - Consulente in comunicazione**

**@Aures Strategie e politiche di comunicazione**

**@Aures Facebook**

**Leisure**

**numero di 08/01/2020**

**SOMMARIO di questa settimana**

**Condividi su LinkedIn**

**Richiesta una conferma via mail.**

**[ LA FINE DEL MARKETING? ]**