



Interreg

ALCOTRA

Fonds européen de développement régional
Fondo europeo di sviluppo regionale



UNION EUROPÉENNE
UNIONE EUROPEA

ALPIMED

INNOV

MARKETING DIGITALE

21 novembre 2019

Giancarlo Puddu

Innovation Director



AurHeos BIA
Business Innovation Accelerator



General Manager
Seed Capital Pro

MARKETING: A BUZZWORD



? Cerco
? Trovo
? ? Compro
? ? Vendo

Il marketing non è una scienza dura...
vi sono dubbi che sia una scienza

**...Ma è compagno relazionale costante da quando c'è la
vita sulla Terra**

MARKETING: PAROLE «PROIBITE»

Eppure vi sono parole usate nel marketing, tanto usate da essere abusate:

- deve
- è necessario
- **sicuramente**
- giusto
- logicamente
- occorre
- sempre
- mai
- ovunque
- in nessun posto
- tutti
- **NESSUNO**



MARKETING: «LINGUAGGIO DELLE PERSONE»

Eppure il vocabolario della retorica marketing ne è pieno: perché?

*La tendenza umana ad assolutizzare
contingenza* VS. *marketing efficace dovrebbe
essere*
«Linguaggio degli dei» «Linguaggio delle persone»

- **deve**
- è necessario
- **sicuramente**
- **giusto**
- logicamente
- **occorre**
- **sempre**
- mai
- **ovunque**
- in nessun posto
- **tutti**
- **NESSUNO**

- **può**
- **serve**
- **probabilmente**
- **opportuno**
- ragionevolmente
- **accade**
- **spesso**
- Di rado
- **Con frequenza**
- raramente
- **In maggioranza**
- **ODISSEO**

«DIGITAL» : AGGETTIVO PERFORMANTE



Il marketing quando è digitale è ancora più potente...

Un confronto nella competizione e nella storia marketing:

- a) Ferro China Bisleri, Petrus, Rabarbaro Zucca**
- b) Campari**

«MARKETING» : PRIMA DEL DIGITAL



«DIGITAL» : RICERCA E COMUNICAZIONE

LinkedIn

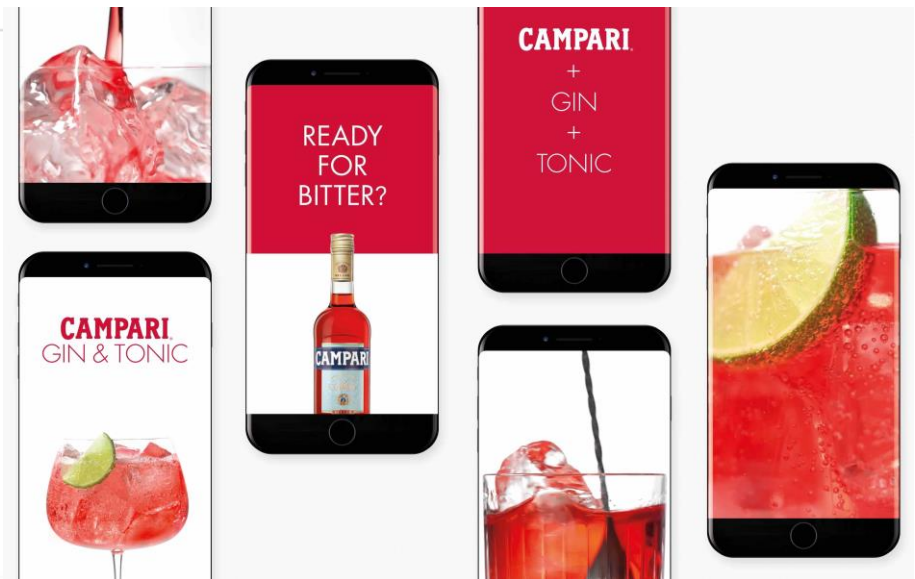


Digital & Social Media Manager

Campari Group · Milano, Lombardy, Italy

4 mese fa · Oltre 200 candidati

Non accetta più candidature



ANCHE L'INNOVAZIONE HA BISOGNO DI... MARKETING

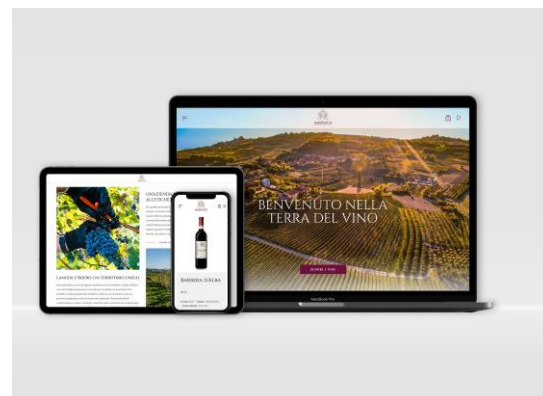
Digitale: l'innovazione storicamente è spesso incompresa...



La Morte di Socrate (La Mort de Socrate), Jacques-Louis David, 1787 Metropolitan Museum of Art di New York

«EVOLUZIONE» E MARKETING: L'ECOSISTEMA COLLINA

L'innovazione e le colline



Interreg
ALCOTRA
Fonds européen de développement régional
Fondo europeo di sviluppo regionale



UNION EUROPEENNE
UNIONE EUROPEA

ALPIMED

INNOV

«DIGITAL MOUNTAIN MARKETING»: ESSERE DIGITALI?



WEB, APP, SOCIAL MEDIA



Alcune innovazioni digitali, se non proprio irreversibili, sono comunque consolidate oggi

Web, App e piattaforme social sono ormai pervasive e imprescindibili

WEB, APP, SOCIAL MEDIA: E IO?



MA CHE ME NE
FACCIO IO DEL
MARKETING
DIGITALE?!?

«DIGITAL IS THE MESSAGE, DIGITAL IS THE MEDIUM»

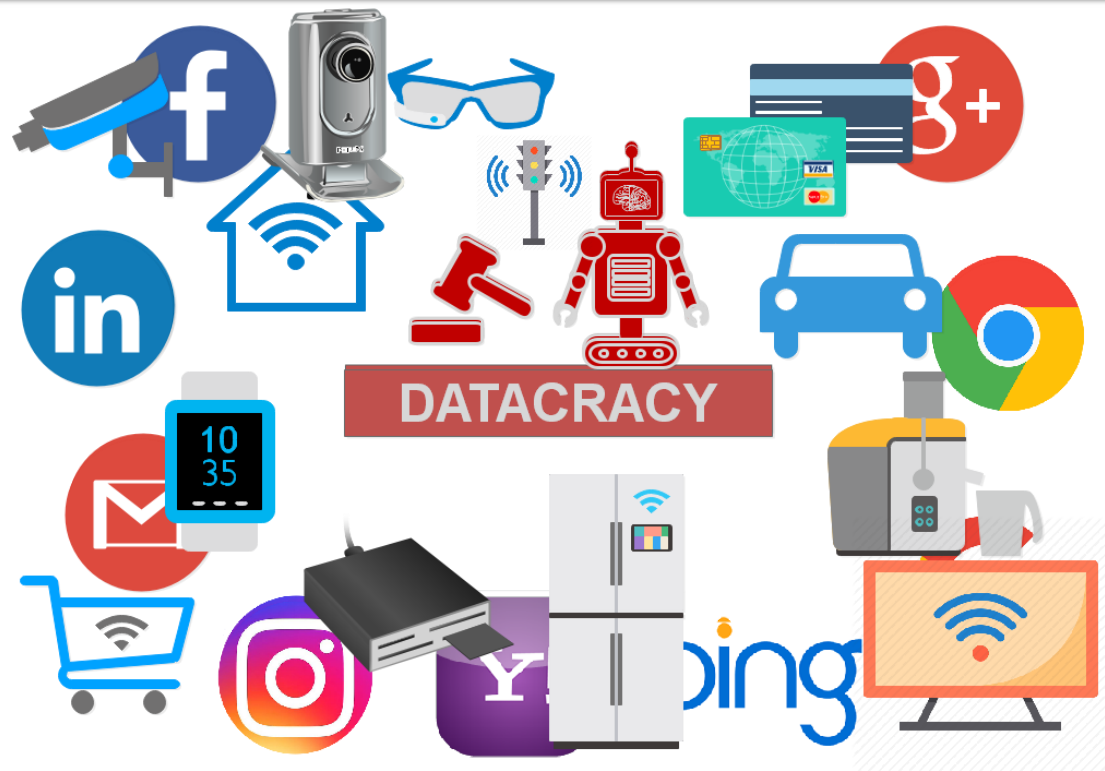


1. ciò che non faccio io lo farà qualcun altro: se non sono sicuro che l'innovazione sia pericolosa, allora è meglio provarla o farla provare per non perdere di competitività

2. motori a combustibili fossili, e polimeri e materiali difficilmente biodegradabili nemici dell'ambiente e della montagna ma... elicotteri auto, skilift e telemark

3. il digitale lavora sia a monte nelle scelte strategiche, sia a valle nella comunicazione

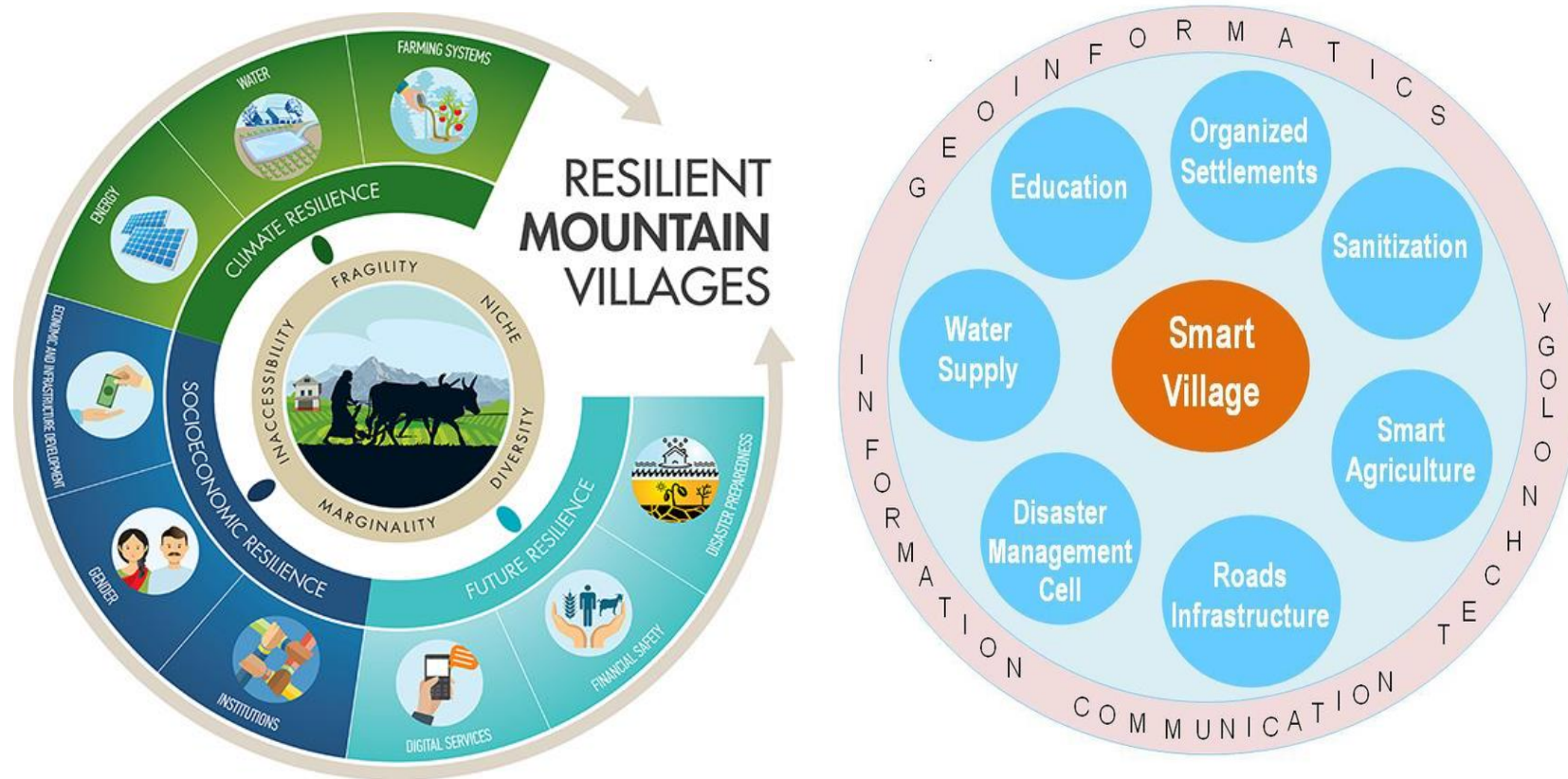
...ANZI, OGGI...



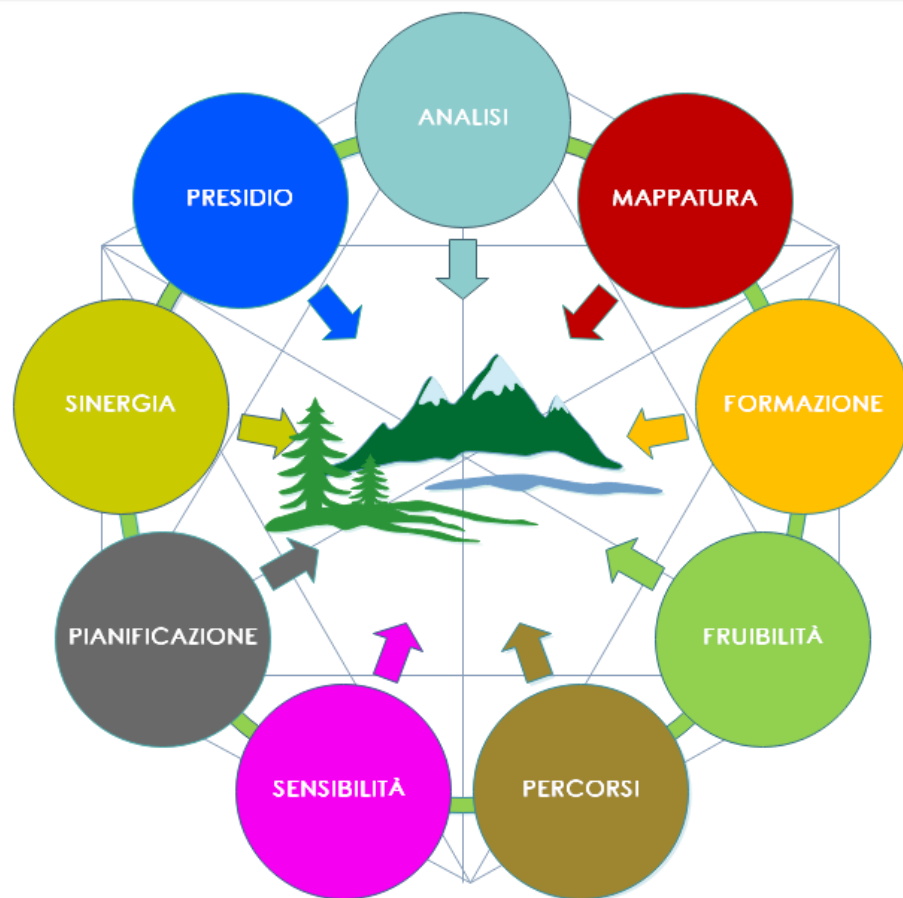
...ANZI, OGGI...



SMART & RESILIENTE: PAROLE CHIAVE PER IL SUCCESSO



MARKETING DIGITALE & MONTAGNA: RISORSE, STRATEGIE E AZIONI DI SUCCESSO



IMPRESE

TERZO SETTORE

ENTI

FINANZIARSI? SEMPRE QUESTIONE DI MARKETING, DI COMUNICAZIONE... ANCHE DIGITALE

ESIGENZA

FONTI

RISCHI E PROBLEMI



MARKETING DIGITALE: NON SOLO COMUNICAZIONE

Il marketing digitale non è solo **comunicazione**

A monte della filiera

- **Acquisizione dati e informazione**
- **Analisi di strutturazione e aggregazione**
- **Analisi estrattiva di valore informativo**
- **Pianificazione strategica**

Zona «mista»

- **Monitoraggio**
- **Tracciabilità**

A valle: comunicazione e azioni di sensibilizzazione

- **Creazione di identità riferibilità**
- **Creazione di comunità**
- **Sensibilizzazione e coinvolgimento**



MARKETING DIGITALE & DESTINATION MANAGEMENT

Destination Marketing

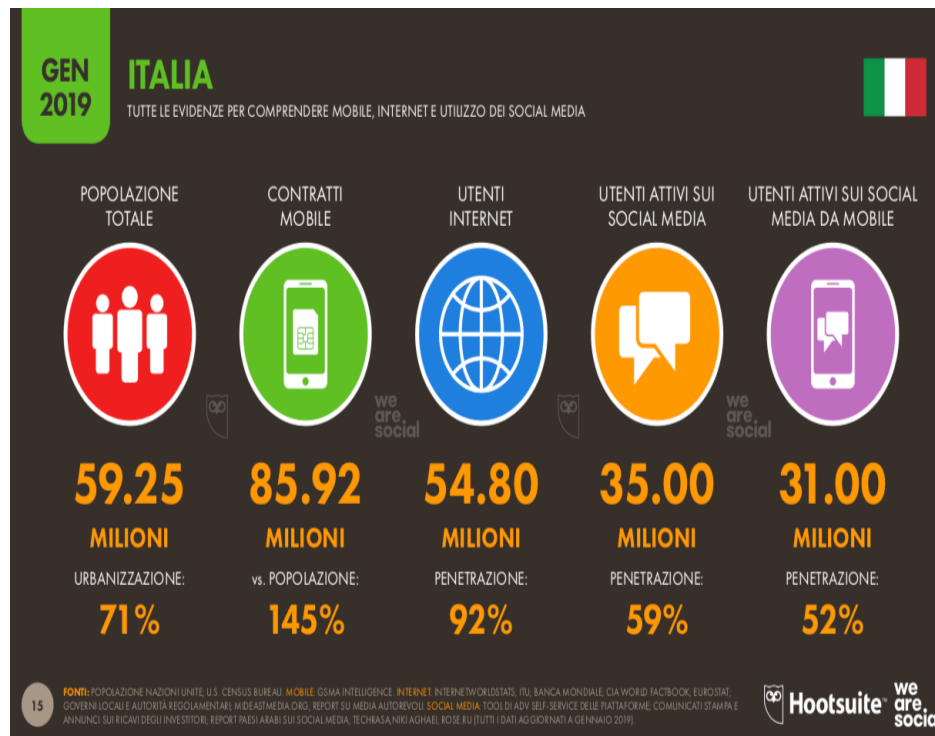
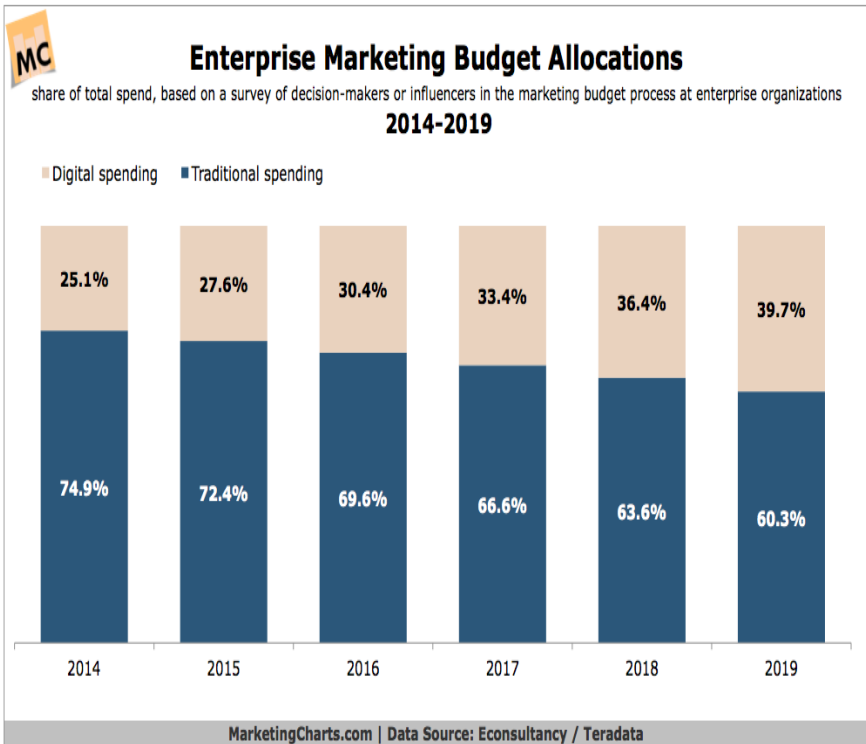


Riferibilità e tracciabilità: se un territorio ha un suo valore, questo va garantito come filiera

IL MARKETING DIGITALE: POSIZIONAMENTO (POSITIONING)



MARKETING DIGITALE: BUDGETING



MARKETING DIGITALE: PERIMETRO



ECOSISTEMA



QUADRO
ECONOMICO
NORMATIVO



DARK SIDE

INTERNAZIONALIZZAZIONE



INTERNAZIONALIZZAZIONE: CIBO

e
c
o
s
i
s
t
e
m
a

cultura

STIMOLO

apertura

«**Benvenuti al Sud**» (film, regia di Luca Miniero, Italia, 2010. Remake del film francese **Giù al Nord (Bienvenue chez les Ch'tis)** del 2008 diretto da Dany Boon.



INTERNAZIONALIZZAZIONE



INTERNAZIONALIZZAZIONE: MAPPATURA E SEGMENTAZIONE GEOGRAFICA



DIGITAL MARKETING: ALCUNI PROTAGONISTI

DISPOSITIVO

Non solo più «uno smartphone? Chi non lo ha?», ma...
... « solo uno smartphone? Quanti ne hai davvero?

MESSAGGIO

1. IMMEDIATAMENTE FRUIBILE: VIDEO, IMMAGINI E POI IL TESTO
2. ATTRATTIVO, COINVOLGENTE, CONDIVISIBILE...

COMMUNITY

1. POPOLATA
2. ATTIVA



«EVANGELIZZATORI»



«EVANGELIZZATORE»

- **RICEVERE LA COMUNICAZIONE**
- **RICONOSCERSI «DENTRO» A FORMA E CONTENUTO**
- **EVENTUALMENTE PRODURRE LUI PER PRIMO IN COERENZA CON LA «MISSIONE»**
- **CONDIVIDERE**



ESEMPIO DI ALCUNI PUNTI TEMATICI DELLA MISSIONE

➤ ESCLUSIVITÀ

Interpretare la montagna come punto di forza e non di debolezza, come esperienza unica che non può essere non vissuta

➤ OPPORTUNITÀ

Narrare la propria vocazione come accettazione di una sfida che si vuole e si può vincere

➤ COINVOLGIMENTO

Narrare tutto quanto come esperienza personale profonda ma anche come fonte di esperienza aperta e accessibile a chi vuole essere protagonista e attore



LA POSSIBILE STRATEGIA

PUNTARE SU UNA STRATEGIA MARKETING DIGITALE CHE SIA

➤ **CONSAPEVOLE (=ADEGUATA, IDONEA E CONGRUA...)
RISPETTO ALL'INFRASTRUTTURA ED ECOSISTEMA**

➤ **DIFFERENZIATA E CADENZATA SU TUTTO L'ANNO**

➤ **COLLABORATIVA**

➤ **GRADUALE**

➤ **SCALABILE**

➤ **CONDIVISA**

SI PUÒ?

sì

DAL 2015 AD OGGI ABBIAMO REALIZZATO MARKETING DIGITALE
PER IMPRESE, ENTI E TERZO SETTORE, DANDO VITA AD UNA
PIATTAFORMA CON OLTRE 1.000.000 DI MEMBRI ATTIVI
TRA ITALIA E RESTO DEL MONDO

GRAZIE A TUTTI VOI

Strategia



Execution



Credits

Giancarlo Puddu

Alessia Anzaldi (revisione contenuti)

Stefano Pirilli (assistenza legale e documentale)

Gianpaolo Rolando (coordinamento e contatti)