



VII EDIZIONE:

**marketing.innova**

08 GIUGNO 2012 // 15.30 - 18.30

**CONFINDUSTRIA UDINE**

PALAZZO TORRIANI, LARGO CARLO MELZI, 2 - UDINE

# PROMUOVERE LA RIPRESA ECONOMICA E SOCIALE

LE STRATEGIE DI BREVE  
E MEDIO PERIODO PER  
**IL RILANCIO DELLA  
CRESCITA IN ITALIA**



ASSOCIAZIONE ITALIANA MARKETING



pubblicitari professionisti



CONFINDUSTRIA UDINE



VII EDIZIONE:  
**marketing.innova**  
UDINE // 08 GIUGNO 2012

## LA CREATIVITA' A FRONTE DELL'ESPANSIONE DELLA MULTIMEDIALITA'

*Luca Enzo Guastini*

*Strategic e creative planner- The Ring  
laboratorio di idee  
Presidente Consiglio Nazionale TP*



ASSOCIAZIONE ITALIANA MARKETING



CONFINDUSTRIA UDINE

**“L’erba del vicino è sempre la più verde”**







**Osservare, valutare, rielaborare e pianificare.  
Dubitando sempre delle proprie convinzioni.**







**Idee per affrontare la nuova realtà quadridimensionale che ci circonda. La realtà tridimensionale e il web: la nostra personalissima quarta dimensione.**



La multimedialità è un termine che esiste dagli anni 80



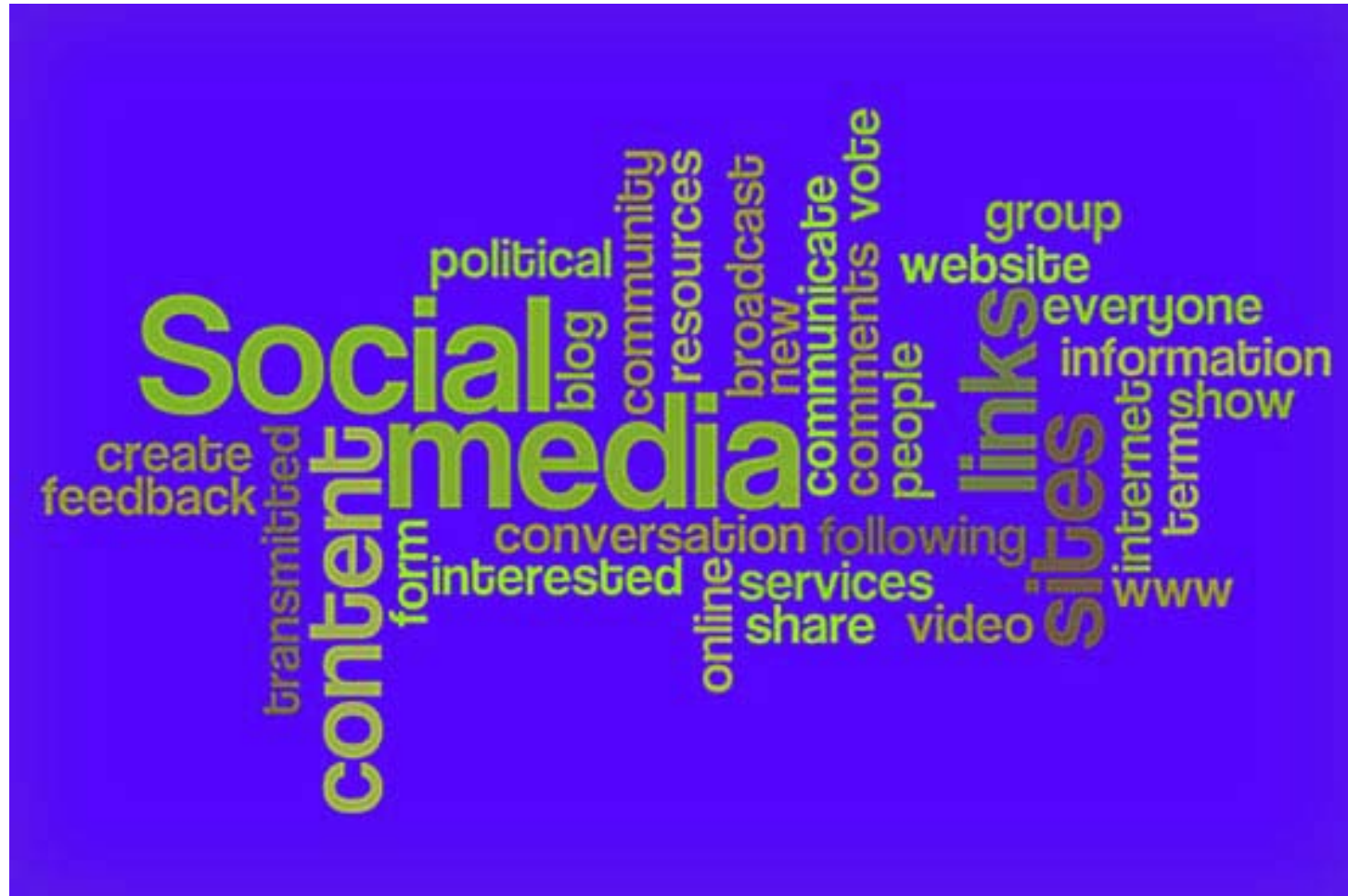
**Multimedialità per un comunicatore significava e ancora significa, poter veicolare il proprio messaggio attraverso mezzi differenti.**







Poi è arrivato il web







**Macro suddivisione web:**

**Social**

**Poadcasting e downloading**

**News e informazione**

**Blog/Forum**

**Siti**

**Motori di ricerca**

**Il web ha dato al concetto di multimedialità un senso nuovo, ha dato spessore, profondità e soprattutto ha modificato sostanzialmente sia la fruizione che la formazione del messaggio.**



Si è passati cioè da una multimedialità fruita passivamente ad una multimedialità costruita attivamente. Dove emittente e ricevente del messaggio spesso si fondono e si confondono. Dove la costruzione del messaggio ha ancora una sorgente, un punto di origine ma nel corso della propagazione può essere sostanzialmente arricchito, integrato e anche modificato.



(4) Facebook

https://www.facebook.com/ Google

Matt Club Apple .Mac Yahoo! Amazon eBay Notizie

Apple - Start (4) Facebook La Repubblica.it - Ho... YouTube - Broadcast... RILANCIO DELLA CRES... emittente e ricevente... Top Sites

facebook Cerca

**Carlo Monguzzi** è stato taggato nella foto di Maria Luisa Mello. — con Pierfrancesco Majorino e altre 10 persone.

**BLOG DEM** **Luca Gaffuri**

**Polemiche pretestuose**

Sei in corso polemiche pretestuose valutate dalla maggioranza sulla mia assenza oggi in Aula. Premetto motivazioni del comprensibile intento di spingere l'attenzione della riunione che riguardano l'argomento e che hanno portato alla mia assenza di ufficio. Avrei amato per tempo che in questi giorni sarei stato assente. Nessuno, del resto, può dubitare del mio impegno per indurre l'organo alla decisione e conoscere l'ammirazione in Lombardia. Il resto è fatto negli occhi.

Luca Gaffuri. Forever and ever...

Mi piace · Commenta · Carica altre foto · 12 minuti fa ·

A 2 persone piace questo elemento.

Mostra tutti e 15 i commenti

**Laura Di Donato Salvini non conta un cazzo: l'han mandato a schiantare**

3 minuti fa · Mi piace · 1

**Emilio Ratti in vacanza per sempre!**

circa un minuto fa · Mi piace

Scrivi un commento...

**Carlo Boldrini** è stato taggato nella foto di Manuela Ilari. — con Daniela Boldrini e altre 3 persone.

**New York**

Piace a Catia Nafissi e ad altri 18 amici.

Mi piace

**Sponsorizzate** Crea un'inserzione

**"Non Pagare" i Debiti**

agenziadebiti.it

Specialisti in Opposizioni a Tutte le richieste di Equitalia!

**Nuovo Gioco su Facebook**

Candy Crush, il nuovo gioco delle pietre! Fai clic e gioca. Attenzione: crea dipendenza!

Rosa Iovene ha giocato a Candy Crush Saga.

**Bubble Safari by Zynga**

New Bubble shooting game, Play on Facebook now!

Luciano Guastini ha giocato a Bubble Safari.



Facebook © 2012

Italiano · Privacy · Condizioni · Altro

Chat (Offline)


Sto caricando "https://www.facebook.com/", completati 181 di 215 elementi (31 errori)





**E' un mondo apparentemente omogeneo ma formato da milioni di disomogeneità, come la realtà che definiamo off line, il mondo reale. Nel web vive e coesiste tutto, il nuovo e il vecchio, ieri e domani.**





la verità è che il web è di fatto ormai un elemento costante della nostra vita come il tangibile e anzi modifica di fatto i nostri comportamenti anche nel reale.



## Your life online after death



## Un semplice esempio: on demand





**Il web non è un modo conveniente per fare comunicazione e marketing spendendo poco e con approcci dilettantistici o improvvisati.**





**Creare un modello quindi che giocando sia off line sia on line sfrutti al meglio l'idea creativa per raggiungere l'obiettivo finale, quello con la O maiuscola, "il padre" di tutti gli obiettivi di marketing e comunicazione: vendere.**



**Come evolve la creatività nel web? Non amo il termine creatività applicato al contenuto del messaggio. Preferisco parlare di idee.**



## Interruption marketing.



# Permission marketing.



**IN CASE OF EMERGENCY: EAT THIS BOOK.**

**LOST IN THE DESERT**

**How to survive?**

There are two main dangers when you are lost in the desert: dehydration and starvation. The first is the most common, but the second is the most dangerous. If you are lost in the desert, you must find a way to survive. The first step is to find water. The second step is to find food. The third step is to find shelter. The fourth step is to find help.

**How to find water?**

There are several ways to find water in the desert. The first way is to dig a hole in the ground. The second way is to use a canteen. The third way is to use a water filter. The fourth way is to use a water pump.

**How to find food?**

There are several ways to find food in the desert. The first way is to hunt for animals. The second way is to pick wild fruits. The third way is to use a food pack. The fourth way is to use a food pump.

**How to find shelter?**

There are several ways to find shelter in the desert. The first way is to build a tent. The second way is to use a cave. The third way is to use a rock overhang. The fourth way is to use a natural shelter.

**How to find help?**

There are several ways to find help in the desert. The first way is to use a radio. The second way is to use a flare. The third way is to use a whistle. The fourth way is to use a signal fire.

**Land Rover**  
**Edible Survival Guide**

The Land Rover is one of the most iconic and successful brands in the world. There, over the most experienced driver can quickly turn to the hardness of the desert.

The first edition of the Land Rover Edible Survival Guide was created as a practical desert survival guide as a giveaway for all Land Rover owners. This guide not only gives you the best tips to drive in the desert but also a lot of fun.

The survival guide is made out of edible paper and ink, so it can be eaten. It is a perfect survival guide for desert driving.

As a result, more than 5,000 Land Rover owners are now embracing their sense of adventure and the campaign has reinforced the brand's off-road capabilities in consumer minds.




## Stabilite bene i vostri obiettivi

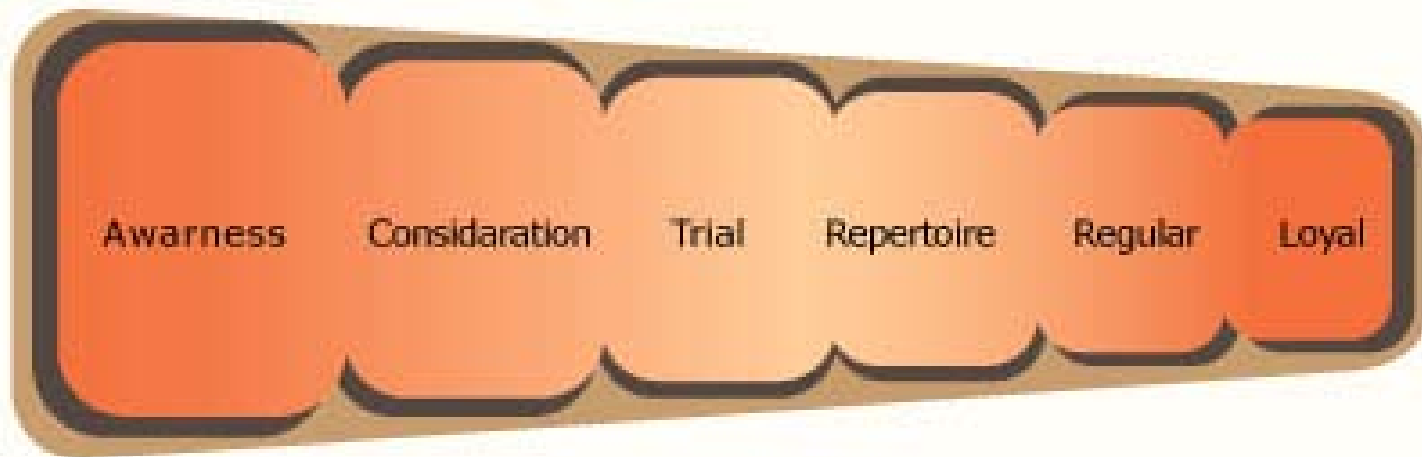


**Definite i vostri target, si al plurale, non uno ma tanti e sforzatevi di definirli il più qualitativamente possibile. Per attitudini e stili di vita e non solo per numeri.**





**Cercate di capire a che punto è la marca in  
relazione al consumatore e dove sono i vostri colli  
di bottiglia.**







**Pensate al vostro prodotto, alla vostra marca, alla sua essenza e poi capite come giocare al meglio il vostro mix di multimedialità, non tutto può andare sui social.**

The screenshot shows a web browser window displaying the Facebook profile of 'Il Saccoccio Buitoni'. The browser's address bar shows the URL 'https://www.facebook.com/IlSaccoccioBuitoni'. The Facebook interface includes a search bar, navigation links like 'Home', and a cover photo featuring various 'Il Saccoccio' product packages. The profile name 'Il Saccoccio Buitoni' is prominently displayed, along with the text '31.828 "Mi piace" - 83 parlano di questo argomento'. Below the name are tabs for 'Informazioni', 'Foto', '"Mi piace"', 'Benvenuto', and 'Più tempo in cucina'. A post from 'Il Saccoccio Buitoni' is visible, stating 'Noi che siamo fan di Buitoni Il Saccoccio conosciamo i nostri prodotti...'. On the right side, there are suggestions for other pages to follow, including 'Crea una Pagina', 'Mi piace', 'C-MAP by Jeppesen', 'Kuoni Italia', and 'Adesso'. The bottom of the browser window shows a status bar indicating the page is loading.

**Utilizzate il meccanismo creativo in totale attinenza al prodotto/servizio e marca e modulato a seconda del sistema mediatico scelto.**













#### Description:


This interactive untraditional print works on principle of connection two graphic fragments — one on traditional full page, the other on transparent folio.

The series of visuals with familiar pictogram of invalid on wheelchair thanks to transparent layer is „completed“ the way that it shows the regular (healthy) professions or activities (tractor driver, skier, baby in a stroller). By turning the transparent folio, the picture has changed into pictogram of wheelchair invalid. The message is clear: „Your life can change in a fraction of second, as fast as the page turning“.









**Preparate metrics di valutazione per capire se la vostra azione ha successo e gli eventuali correttivi in corso d'opera.**



**Fate in modo che a fronte dello sviluppo dell'idea di comunicazione ci sia una totale sinergia tra tecnici della comunicazione e i tecnici che realizzeranno fisicamente l'idea.**



Non credete a chi vi parla del botto, nel web il botto si fa se non si deve vendere nulla.

The screenshot shows a web browser window displaying the Facebook profile of 'I LIKE IT'. The browser's address bar shows the URL 'https://www.facebook.com/I.LikeIT.org'. The page header includes the Facebook logo, a search bar, and the user 'Luca Guastini' with a 'Home' dropdown. The main banner features silhouettes of people dancing and the text 'Perché noi siamo le cose che ci piacciono. Because we are the things that we like.' Below the banner, the profile name 'I LIKE IT' is shown with 984,146 'Mi piace' (likes) and a link to the official website 'http://www.i-likeit.org/'. Navigation tabs include 'Notizie/Multimedia', 'Foto', 'Mi piace', 'Note', and 'QUANTI ANNI DIM...'. A 'Ti piace' (You like) button and a 'Messaggio' (Message) button are visible. The right sidebar contains sponsored posts, including 'Case di Polistirolo' and 'Facebook Marketing'. The bottom section shows a post about 'THE ITALIAN Spread' and a list of 16 friends who like the page. The browser's taskbar at the bottom shows various open applications like 'Matt Club', 'Apple', 'Mac', 'Yahoo!', 'Amazon', 'eBay', and 'Notizie'.

Prepariamoci però anche a veder propagato il nostro messaggio in maniera non prevista e a volte spiacevole, prepariamo un piano di back up e crisis management se comunichiamo sul web.

The screenshot shows a web browser window displaying the Facebook profile of Daniela Santanchè. The browser's address bar shows the URL <https://www.facebook.com/danielasantanche>. The Facebook interface includes a search bar, navigation links, and a post from Daniela Santanchè. The post text reads: "Oggi dalle 13.40 sarò in diretta su Radio Rai 'Un giorno da Pecora'..." and mentions "@DSantanche on Twitter". Below the post, there are interaction buttons like "Mi piace" and "Commenta". To the right, there is a section titled "See more Tweets about #1giornodapecora" with a link to a Twitter search page. Below this, there are tweets from Dario Lampa, Fabio Di Biase, and Niccolò Monesi. At the bottom, another post from Daniela Santanchè is visible, discussing the Tea Party and political engagement. The browser's status bar at the bottom indicates a loading error: "Sto caricando 'https://www.facebook.com/danielasantanche', completati 555 di 617 elementi (33 errori)".



(4) Pierluigi Bersani | Pagina Ufficiale

https://www.facebook.com/pages/Pierluigi-Bersani-Pagina-Ufficiale/127457477096

Google

Matt Club

Apple

.Mac

Yahoo!

Amazon

eBay

Notizie

Apple - Start

(4) Pierluigi Bersani | P...

La Repubblica.it - Ho...

YouTube - Broadcast ...

RILANCIO DELLA CRES...

emittente e ricevente ...

Top Sites

facebook

Cerca

Luca Guastini

Home

Pierluigi Bersani | Pagina ...

Diario

Adesso

In evidenza

Ti piace

"Penso di candidarmi, ma spero non da solo". Intervista al tg1

<http://youtu.be/bEedaKXBnyU>

Bersani: adesso tocca all'Europa superare la visione delle destre

youtu.be

Intervista di Pier Luigi Bersani al Tg1

Mi piace

Commenta

Condividi

33

A 61 persone piace questo elemento.

Mostra tutti e 209 i commenti

Scrivi un commento...

Angelo Maria Pirone

Gentilissimo onorevole Bersani, ma vergognarsi alme...

circa un minuto fa

Romana E Claudio Neviani

SE GRILLO CRESCE E' PERCHE VI COMPORTATE COME ...

4 minuti fa

Vincenzo Guerrieri

Cosa aspettate che diventiamo tutti" grillini"? La logic...

1 · 7 minuti fa

Domenico De Santis

Segretario, avanti tutta, Costruiamo l'alternativa con t...

3 · 9 minuti fa

Altri post

Mobilitanti

Notizie/Multimedia

Mi piace

Partito Democratico | Pagina Ufficiale

Piace anche a 4 amici.

Mi piace

Senatori PD

Partito politico

Mi piace

Finalmente Sud - Pagina ufficiale

Partito politico

Mi piace

Anna Finocchiaro

Mi piace

Sponsorizzate

Crea un'inserzione

Delta Marketing

Analizza gratuitamente l'homepage del tuo sito per migliorarne la visibilità sui motori.

Mi piace · Piace a 69 persone.

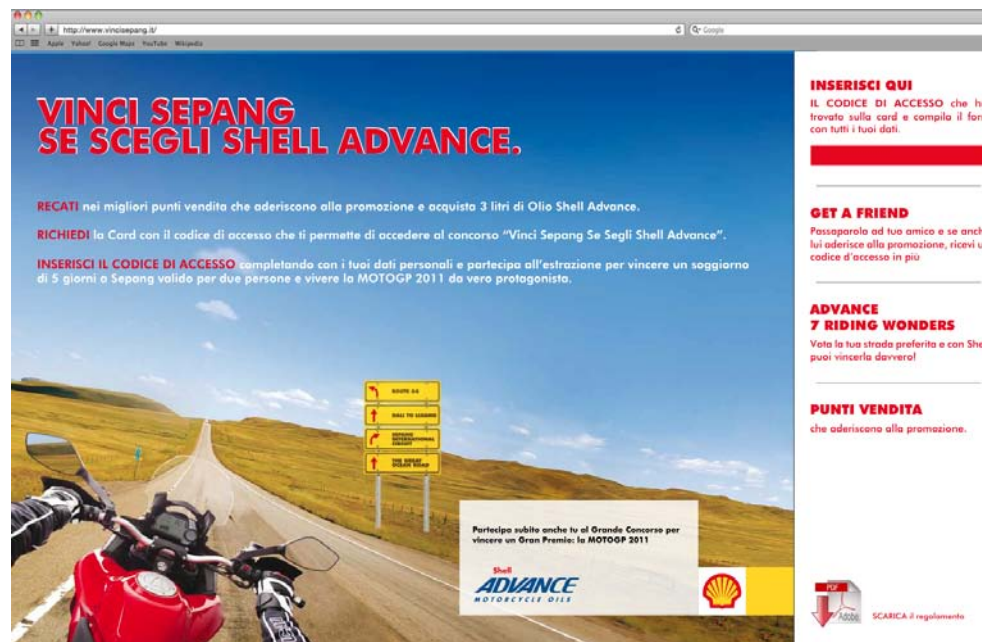
Chat (Offline)

Sto caricando "https://www.facebook.com/pages/Pierluigi-Bersani-Pagina-Ufficiale/127457477096", completati 276 di 320 elementi (31 errori)

UDINE // 08 GIUGNO 2012

VII EDIZIONE: marketing.innova

Siate pronti sull'off line, una buona idea viaggia tra i due sistemi, che sono un'unica realtà e cerca di creare preferenza e esperienza di marca in entrambi i lati della percezione, quella reale e quella digitale.



**Non usate uno strumento digitale innovativo perché tutti lo stanno usando, usatelo capendone la natura intima e poi eventualmente sfruttandolo per i vostri fini (esempio codice QR).**



**GIBELÈ.  
LE OSTRICHE  
SONO SERVITE**

GIBELÈ NASCE DA UVE ZIBIBBO VINIFICATE  
IN SECCO CHE GLI DONANO PROFUMI  
INIMITABILI, AMMALIANTI SENTORI  
DI GLICINE E GELSOMINO E SENSUALI NOTE  
DI PESCA BIANCA E POMPELMO.  
PER QUESTO È IL BIANCO CHE SI ABBINA  
MERAVIGLIOSAMENTE A OSTRICHE E FRUTTI  
DI MARE, ANTIPASTI DI PESCE, CROSTACEI  
E PIATTI DELLA CUCINA MARINARA.  
LASCIATEVI TENTARE DA UNA FRESCHEZZA  
DIVERSA. LASCIATEVI TENTARE DA GIBELÈ.

  
Duca di Castelmonte  
Vini di Sicilia  
www.carlopeggino.it



# Sviluppate community vostre se potete



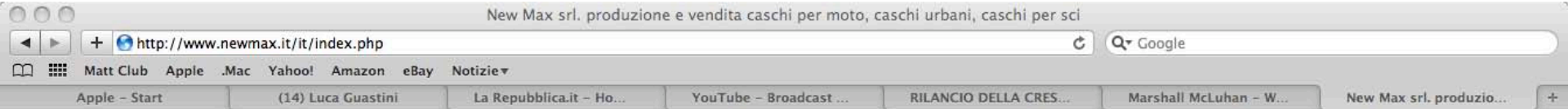


## Check list



Cercate la vostra mucca viola





## menu

- Azienda
- Gamma Prodotti
- Collaborazioni Esterne
- Distributori
- Contatti
- Newsletter
- Area Download
- News
- New Max Store
- Area Agenti

the social network  
**MAX**

L'unico, l'originale casco Facebook



New Max Srl - Strada Pizzo 11/a - 15040 Mirabello Monferrato (AI) Italy P.IVA: 01289170068 Capitale Sociale: 182.000 € Int. Vers.  
R eg. Imprese: AL n. 4093 Tribunale di Casale Tel.+39 0142 64800 Fax+39 0142 64750 info@newmax.it | Credits



english

