

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



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.



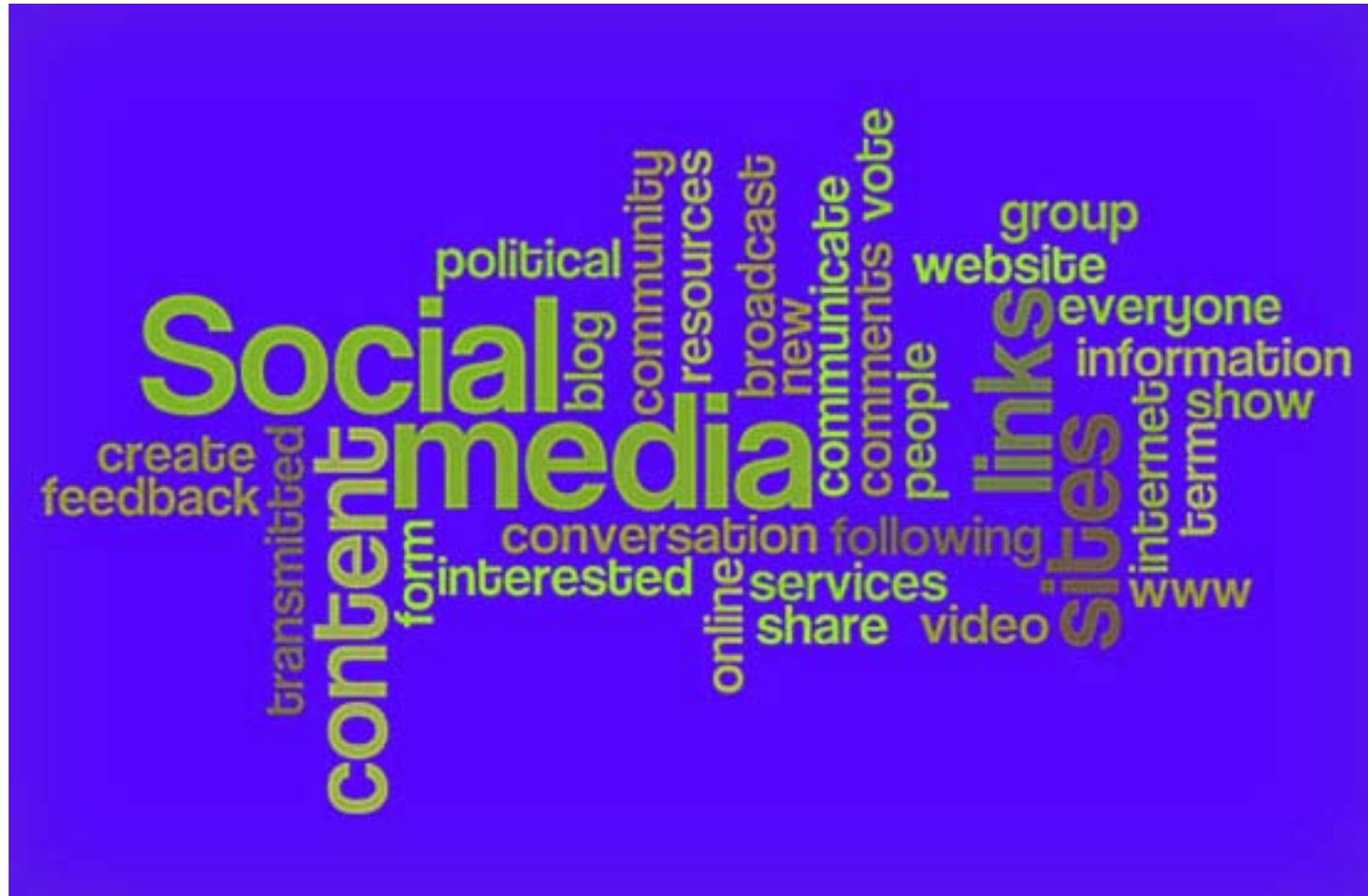
La multimedialità è un termine che esiste dagli anni 80



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

Luca Guastini Home

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!

AD
Agenzia Debiti
CONSULENZA LEGALE AI DEBITI

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!

Play Now

Luciano Guastini ha giocato a Bubble Safari.

Facebook © 2012
Italiano · Privacy · Condizioni · Altro

Chat (Offline)

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

BLOG DEM
Luca Gaffuri

Polemiche pretestuose

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.

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

SIGNALS FOR HELP

HUNTING BIRDS

LIGHTING A FIRE

**Land Rover
Edible Survival Guide**

The Arabian Desert is one of the most extreme environments known to man. There, even the most experienced driver can quickly succumb to the harshness of the desert.

To form a lasting connection between Land Rover and its target audience, we created a practical desert survival guide as a giveaway for all Land Rover owners. This guide not only gives owners tips to drive safer in the desert but so a full reason, you can also eat it.

The survival guide is made out of edible paper and ink, its metal binding can be used as a shovel, and its reflective packaging is great for tents.

As a result, more than 1,200 Land Rover owners are now embracing their sense of adventure and the campaign-based reinforce the brand's off-road capabilities in consumer minds.

Stabilite bene i vostri obiettivi

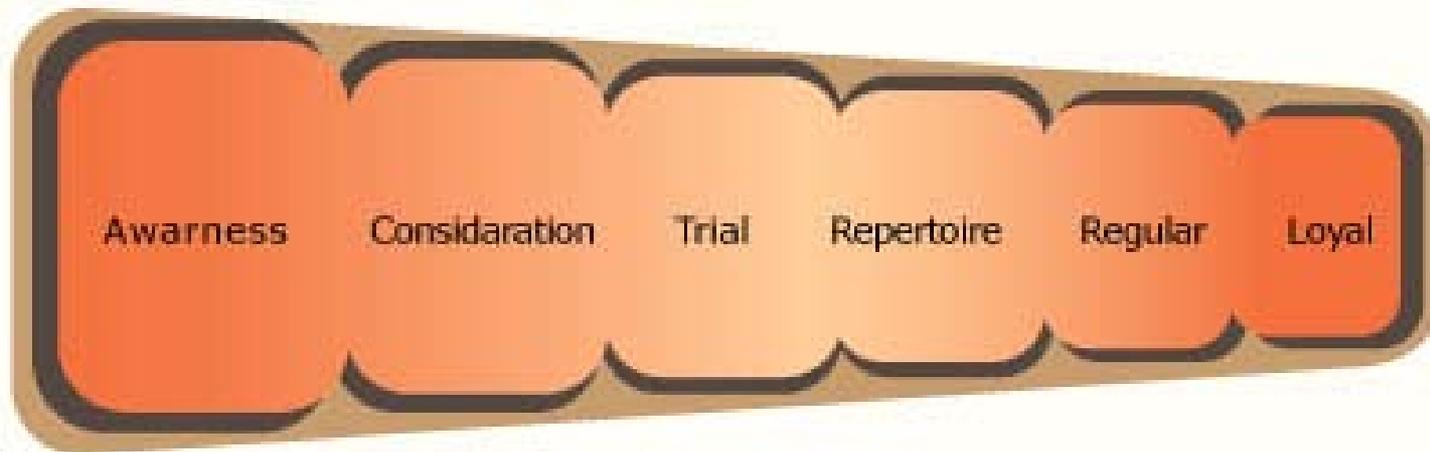


Definite i vostri target, si al plurale, non uno ma tanti e sforzatevi di definirli il più qualitativamente possibile. Per attitudini e stili di vita e non solo per numeri.





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 tabs for 'Home', 'Cerca', and 'Luca Guastini', and a main content area with a large banner image of 'Il Saccoccio' products. Below the banner, the page name 'Il Saccoccio Buitoni' is displayed with 31,828 likes and 83 discussions. A navigation bar offers options like 'Cibo/Bevande', 'Foto', and 'Mi piace'. The right sidebar features a 'Crea una Pagina' section with several suggestions, including 'Paese delle grandi avventure!', 'C-MAP by Jeppesen', and 'Kuoni Italia'. At the bottom, there is a '4 Amici' section showing profile pictures of users who like the page. The status bar at the very bottom indicates 'Sto caricando "https://www.facebook.com/IlSaccoccioBuitoni", completati 607 di 674 elementi (34 errori)'.

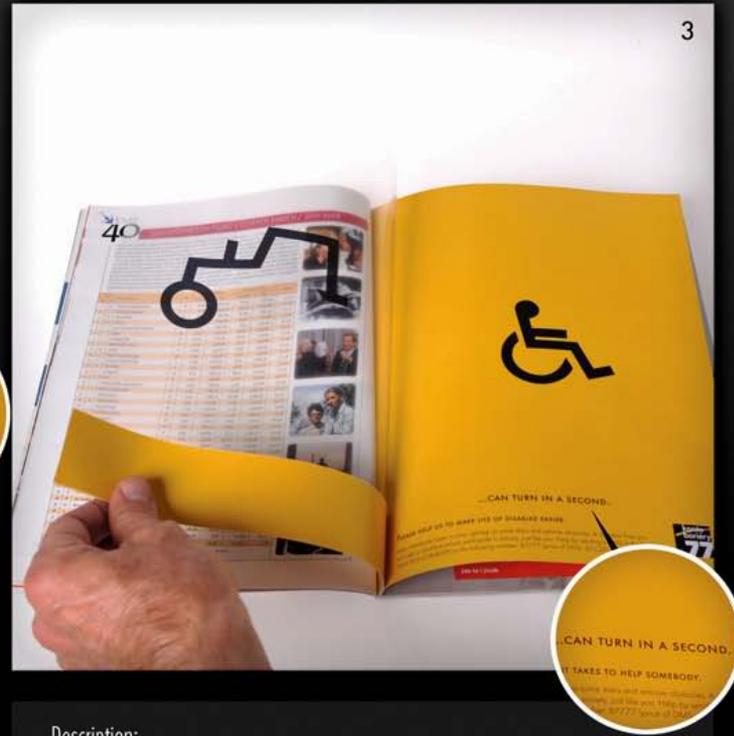
Utilizzate il meccanismo creativo in totale attinenza al prodotto/servizio e marca e modulato a seconda del sistema mediatico scelto.











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 Facebook page for the group 'I LIKE IT'. The browser address bar displays 'https://www.facebook.com/I.LikeIT.org'. The page header includes the Facebook logo, a search bar, and the user's name 'Luca Guastini'. 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 group name 'I LIKE IT' is shown with 984,146 likes and 61,284 discussions. Navigation buttons for 'Ti piace' and 'Messaggio' are visible. The page layout includes sections for 'Notizie/Multimedia', 'Foto', 'Mi piace', 'Note', and 'QUANTI ANNI DIM...'. A right-hand sidebar contains 'Crea una Pagina', 'Sponsorizzate', 'Case di Polistirolo', 'Facebook Marketing', and 'Ascolti Samuele Bersani?'. A bottom section shows a post from 'I LIKE IT' about 'THE ITALIAN Spread' and a list of 16 friends who like the page.

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 tabs (Diario, Adesso, In evidenza), and a 'Mi piace' button. The main content area features a post from Daniela Santanchè, dated '23 ore fa', announcing a radio broadcast on Rai 'Un giorno da Pecora' starting at 13:40. Below this is a tweet from @DSantanche on Twitter, which includes a link to a Twitter search for the hashtag #1giornodapecora. The tweet text reads: 'See more Tweets about #1giornodapecora twitter.com/search?q=%231giornodapecora #1giornodapecora is a hashtag on Twitter. Follow this topic and join the conversation.' The tweet has 12 likes and a comment from Dario Lampa. Other tweets from Fabio Di Biase and Niccolò Monesi are also visible. The right sidebar shows a 'Crea una Pagina' section with a dropdown menu for the month of May (maggio) and a list of years from 2012 to 2009. At the bottom of the browser window, a status bar indicates a loading error: 'Sto caricando "https://www.facebook.com/danielasantanche", completati 555 di 617 elementi (33 errori)'.

"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

"Mi piace" Mostra tutti

- Mobilitanti**
Notizie/Multimedia Mi piace
- Partito Democratico | Pagina Ufficiale**
Place anche a 4 amici. Mi piace
- Senatori PD**
Partito politico Mi piace
- Finalmente Sud - Pagina ufficiale**
Partito politico Mi piace
- Anna Finocchiaro**
Mi piace

+ Crea una Pagina

- Adesso
- maggio
- 2012
- 2011
- 2010
- 2009
- Anno di nascita

Sponsorizzate Crea un'inserzione

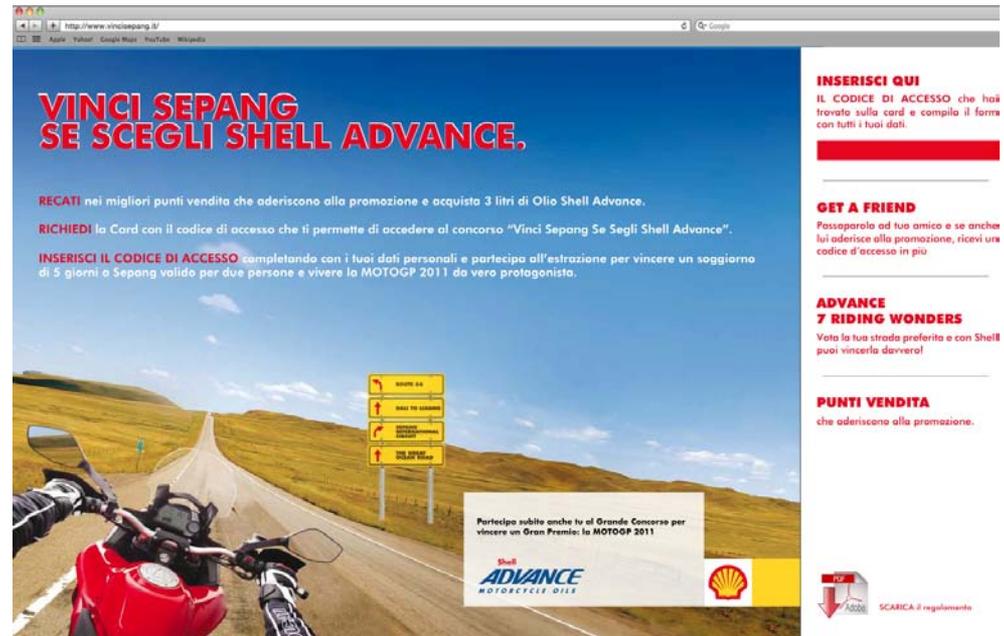
Delta Marketing

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

Mi piace · Piace a 69 persone.

Chat (Offline)

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**

DUCA DI CASTELMONTE
Vini di Sicilia
www.carlopeggrino.it



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.

Sviluppate community vostre se potete

The screenshot shows a web browser window displaying the Matt Club website. The browser's address bar shows the URL <http://www.mattclub.it/>. The website header features the slogan "Segui il gabbiano Matt® libera la tua voglia di benessere" and the Matt Club logo, which includes a seagull icon. A navigation menu contains links for Home, Info Club, Vantaggi, Acquista on line, Area download, In forma con Matt, and Gioca con Matt. A Facebook social media icon is also present. The main content area includes a "scopri i nostri prodotti" link on the left and a central welcome message: "Benvenuto nel club dedicato a chi ama il benessere. Un mondo di vantaggi, servizi, opportunità per vivere meglio e sentirsi in forma." Below this, there are three main sections: 1) A login form for existing members with fields for "Email:" and "Password:" and a "clicca qui" button. 2) A registration form for new members with the text "Desidero iscrivermi gratuitamente" and a "clicca qui" button. 3) A promotional image of a smiling woman in a pink tank top with the text "In forma con Matt". At the bottom of the page, there is a banner image of a diverse group of people smiling.

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

