

Come fare marketing su internet.

Non lo so.

Grazie, arrivederci.

Come lavorare su
un nuovo rapporto
tra marca e consumatori
per mezzo della rete.

[Ovvero

[Ovvero come ho imparato a non avere paura
e ad amare la bomba:

il fatto che **22 milioni di italiani**
trascorrono in rete **40 minuti al giorno,**
32 volte al mese

con conseguenze facilmente immaginabili
sulla fruizione di tv e giornali].

Fonte: Nielsen Online/Osservatorio Multicanalità - www.multicanalita.it.

Prima di tutto, il ROI.

Scordiamocelo.

Pubblicità?

Idem.

**“Ma allora, cosa ci perdo tempo a fare,
se non mi torna indietro niente?”**

Il punto è che **su internet siamo tutti ospiti.**

E quando si è ospiti... si porta qualcosa.

(Altrimenti si viene rifiutati,
a favore di qualcun altro, dai modi più adeguati).

Occorre **guadagnarsi** l'attenzione.

Non possiamo più comprarla, come sui media.

Il nuovo atteggiamento mentale è quello del **dialogo**.

Dalla Unilever al sig. Pinco Pallino, su internet si è **tutti uguali**:

persone che parlano.

“E come si fa?”

**E' curioso: non è necessario niente di speciale,
ma è indispensabile essere autentici.**

Essere se stessi.

**Per esempio, raccontare come nasce e cresce un prodotto
(come fa Fiat con il blog Bravo).**

**Raccontare cosa succede in azienda
(come fa Ducati con la sua community).**

O, semplicemente, **partecipare alla conversazione**
laddove si parla di noi e delle nostre merceologie.

(Forum, blog, network sociali).

Good news!

E' gratis.

Bad news...

Serve tempo.

Suggerimenti pratici:

Iniziate a navigare sui siti che vi possono riguardare.

Cercate i forum.

Cercate i blog.

Leggete.

Commentate.

Coinvolgete **quello stagista** brillante,
date una nuova motivazione a **quella segretaria**:

**“Da oggi hai un compito importante.
Naviga un’ora al giorno
e vedi cosa si dice di noi su internet.
Aggiornami ogni venerdì”.**

Dopo un mese,
autorizzatelo/a a scrivere dei commenti
(sempre dichiarando chi è e per chi lavora).

Se con il tempo
la cosa vi sembra interessante,
cominciate a pensare a un piccolo blog
(cosa molto semplice da realizzare).

Prima però,
leggete “Naked Conversations”
di Scoble e Israel.

Il tutto... con la maglia di lana:

1. Se non ci credete non fatelo.
2. Non aspettatevi la luna. Ci vuole costanza.
3. Non fate finta, non dite bugie, non nascondetevi dietro l'anonimato (ricordate che il passaparola negativo viaggia in Ferrari, quello positivo in bicicletta).
4. Parlate one-to-one, perché la rete è un posto di persone, non di aziende.
5. Rispondete anche e soprattutto alle critiche, con onestà e trasparenza.
6. Siate appassionati, autorevoli, credibili. E spontanei.
7. Muovetevi con calma e gradualità.

“Ma insomma.

**Mi costa un sacco di tempo (mio e dello stagista),
non ho risultati sicuri,
devo essere dialettico e...
...rischio pure il passaparola negativo!**

Alla fine, che senso ha?”

Che senso ha essere **in contatto diretto**
con il proprio mercato?

La risposta
è probabilmente diversa per ognuno di noi.

Il dato importante è che
oggi questa possibilità esiste.

Grazie, e buona conversazione.

:-)



Posti di conversazione online: Anobii
Blog
Creative Commons
Delicious
Facebook
Flickr
Google
iPod
Msn messenger
Myspace
Skype
Technorati
Twitter
Wiki
Wikipedia
Yahoo
Youtube
...
...

Letture: NAKED CONVERSATIONS di Scoble/Israel (Wiley)
CLUETRAIN MANIFESTO di Levine/Locke/Searls/Weinberger (Fazi)
COME SI FA UN BLOG di Maistrello (Tecniche Nuove)
NOVA - ogni giovedì con Il Sole 24 Ore
7th FLOOR free press su www.7thfloor.it

Per aprire un blog: www.wordpress.com

Massimo Carraro

Monkey business/advertising in the jungle srl

online conversation: www.monkeybusinessmilano.it

02/2151581