

Marketing non convenzionale

Corso di Marketing
Scienze di Internet Università di Bologna

Andrea De Marco

Definizione Wikipedia

- Insieme di strategie promozionali che sfruttano metodi di comunicazione "innovativi", differenti dai classici sistemi pubblicitari.
- I prodotti vengono proposti al pubblico in modo "alternativo", per rimediare all'assuefazione del marketing tradizionale.
- Dopo anni di pubblicità (negli spot TV, alla radio, sui cartelloni...), i consumatori sono ormai abituati alla "classica" propaganda aziendale e rimangono meno impressionati dai tentativi di influenza commerciale.

Easy Parking



Abbiamo quello che fa per voi

IN PIA

SEMPRE IN PIA

Richiedi gratuitamente il catalogo su www.tucanourbano.com



tucano urbano
Abbigliamento e accessori moto e scooter

EASY PARKING Mai più problemi di parcheggio!

Il pratico telo pieghevole Easy Parking si srotola in pochi secondi e crea in qualsiasi luogo 4 comodi posti moto. Telo double-face, impermeabile e lavabile.



*TUPI Tucano Urbano prodotti imprimeabili

Ci sono prodotti che sarebbe bello fossero veri...

PRODOTTO NON BREVETTATO E NON COMMERCIALIZZATO
(ATTENZIONE: È VIETATA L'OCCUPAZIONE ABUSIVA DI SUOLO PUBBLICO)

www.tucanourbano.com

Non Convenzionale

- I sistemi di Marketing Non Convenzionale, grazie alle loro caratteristiche peculiari, sono in grado di attirare nuovamente l'attenzione del pubblico e permettere una maggiore efficacia del messaggio.
- Invece di interrompere i consumatori mentre sono impegnati nelle varie forme di intrattenimento o informazione,
- il marketing non convenzionale diventa a sua volta intrattenimento o informazione, ottenendo in questo modo la completa attenzione del pubblico.

Strategia

Palinsesto fisso		On - Demand
Mono-direzionale		Interattivo
Push		Pull
Pubblico di massa		Segmentazione
Dall'azienda al consumatore		Dal consumatore al consumatore

Coinvolgimento

La scelta delle **leve del marketing** da attivare al momento di lancio di un prodotto/servizio dipende da diversi fattori:

- ❖ Lo **stile del target** che vogliamo raggiungere
- ❖ Il **budget** che abbiamo a disposizione
- ❖ Il **tempo** che abbiamo a disposizione

Oggi la parola d'ordine per accreditare un prodotto/servizio è "**coinvolgimento del consumatore**".

Below the line

- Below the line
- Espressione inglese che definisce tutte le attività di comunicazione che non usano i media classici ma che sono veicolate attraverso:
 - sponsorizzazioni
 - attività di promozione
 - relazioni pubbliche
 - direct marketing

Esempi

- Alcuni esempi di marketing non convenzionale possono essere:
- un video divertente diffuso su YouTube,
- un prodotto impiegato all'interno di un videogioco advergaming (esempi ?)
- la creazione di situazioni bizzarre per ottenere la citazione del brand in un servizio giornalistico
- oppure l'inserimento peculiare della merce in punti strategici delle città.

Esempi

Facciamo un esempio

Per accompagnare il lancio del **BIC Comfort 3 Advance**, la Gillette ha integrato la comunicazione classica con una strategia massiccia di **marketing virale**.

Oltre **200 blogger** iscritti alla piattaforma Buzz Paradise sono stati incaricati di contribuire al blog del prodotto, di far conoscere un gioco concorso oppure di diffondere una serie di otto video sul loro blog.

In questo modo sono stati direttamente i consumatori a provare il nuovo rasoio e comunicarlo agli altri.

FidoBag



- Fidobag
- il prodotto immaginario che Samsung ha lanciato nell'ottobre 2004
- in una delle prime campagne italiane di viral marketing

Principessa Piggy



- Salumi Principe
- principessa-piggy.it
- sito e blog
- video divertenti
- flickr e youtube
- canali virali
- Proviamo ad infettare un gruppo
- per misurare la diffusione ?



Stra-Ordinario

- Uno dei concetti fondamentali del marketing non convenzionale è il passaparola
- è il pubblico stesso a diffondere la pubblicità, perché la trova particolarmente divertente, interessante o utile.
- Grazie al marketing non convenzionale, le aziende hanno a disposizione un sistema efficace per coinvolgere i consumatori post-moderni
- Il marketing non convenzionale funziona solamente quando è davvero straordinario.

Nuovi modi comunicazione

- Viral marketing
- WOM
- Adver-Game
- Guerrilla marketing
- Marketing tribale
- Consumer generated media –Cgm
- Flash mob

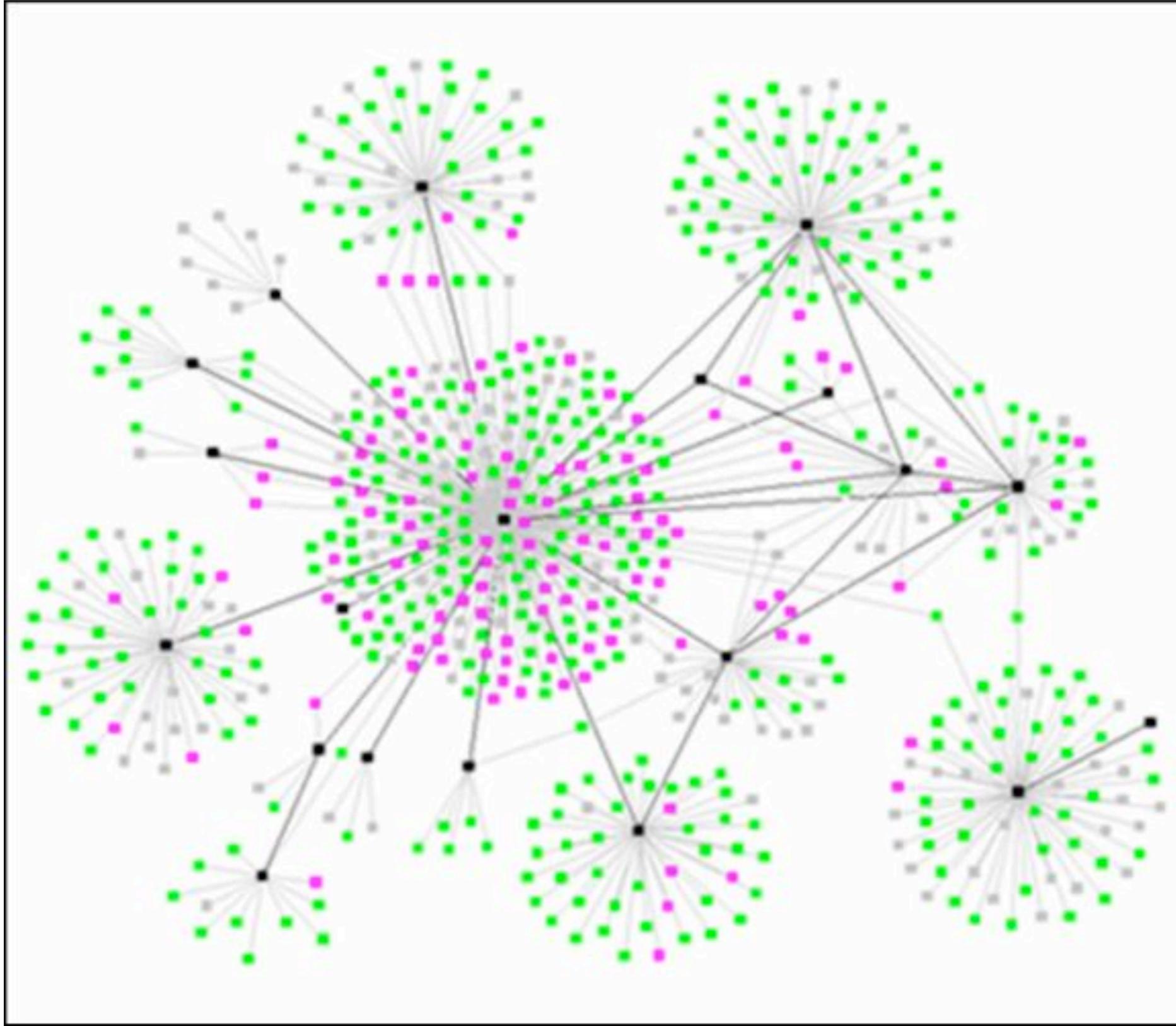
Social ?



Virale ?

- Il virale è una di quelle forme non-convenzionali di comunicazione, sempre più attuali in un mondo in cui l'advertising ha bisogno di nuovi stimoli per rilanciarsi.
- E soprattutto in un'epoca storica in cui chi investe vuole avere nuovi orizzonti di marketing per investire budget sempre più legati alla logica del ritorno economico.
- Il dibattito è sempre più acceso tra chi auspica l'esplosione di queste nuove forme di comunicazione e chi invece si aspetta un rilancio dell'advertising classico.

Effetto virale



Viral

- Il termine viral marketing è stato usato per la prima volta nel 1996 dal professor Jeffrey F. Rayport, docente della Harvard Business School, nel suo articolo, pubblicato per Fast Company, The Virus of Marketing.
- Nell'etimologia della parola marketing virale è già definita la stessa essenza di questa tecnica di marketing alternativo.
- Il virus è un messaggio pubblicitario che sfrutta la capacità comunicativa di pochi soggetti per trasmettersi ad un numero esponenziale di utenti finali.

Virale Multicanale

Campaign is launched through chosen media



1

Kim goes online, chooses her Meshcards and fills in her personal details



2



Mesh Digital fulfil and dispatch the Meshcards to Kim



3



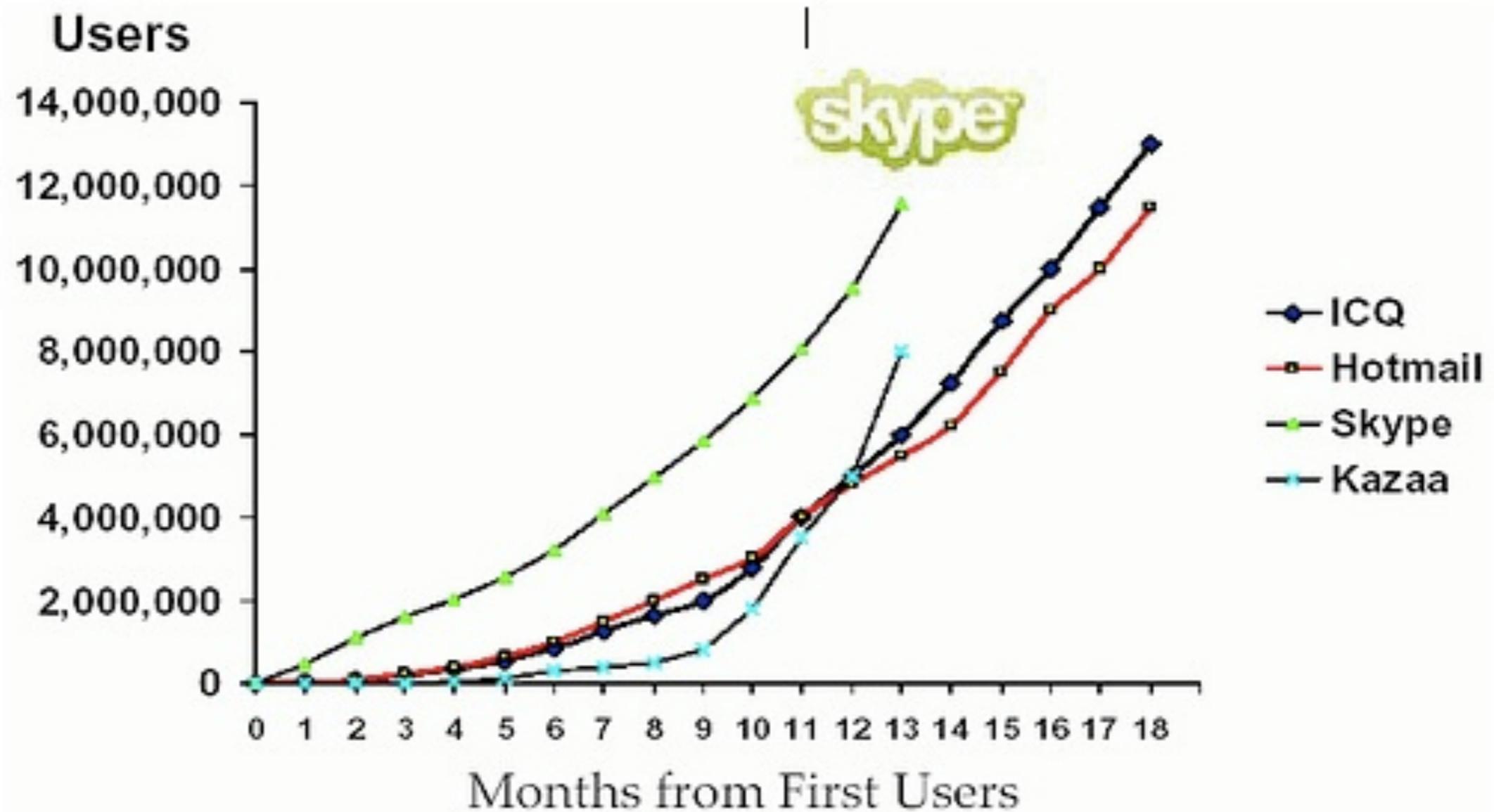
Kim hands out her Meshcards to 20 friends who go online and order their own cards

Virale

- La creatività di un'idea e la facilità nella fruizione costituiscono i punti di forza di un messaggio virale
- sfruttando il meccanismo del passaparola in modo attivo e volontario, si diffonde in una comunità.
- Internet si presta meglio ad infezioni da messaggio virale
- Le comunità che si muovono sul Web possono comunicare tra loro in modo chiaro, veloce, multimediale e gratuito.

Velocità Diffusione

Viral marketing stats



Meme

- Le campagne virali hanno vita breve
- Spesso si tratta di fenomeni temporanei, i cosiddetti internet meme
- “Internet phenomenon”
- che hanno un picco di visite in un periodo di tempo determinato per poi veder calare la propria capacità attrattiva.
- ad esempio fidobag

Strategia Virale

- Una azione di marketing virale deve seguire una strategia per avere successo
- Il modo migliore per entrare nel mercato è camuffarsi (“stealth marketing”) utilizzando contenuti “smart” per nascondere un messaggio pubblicitario.
- Il messaggio virale deve essere fruito gratuitamente.
- Bisogna lasciare che sia la comunità e il suo comportamento a causare la diffusione del messaggio

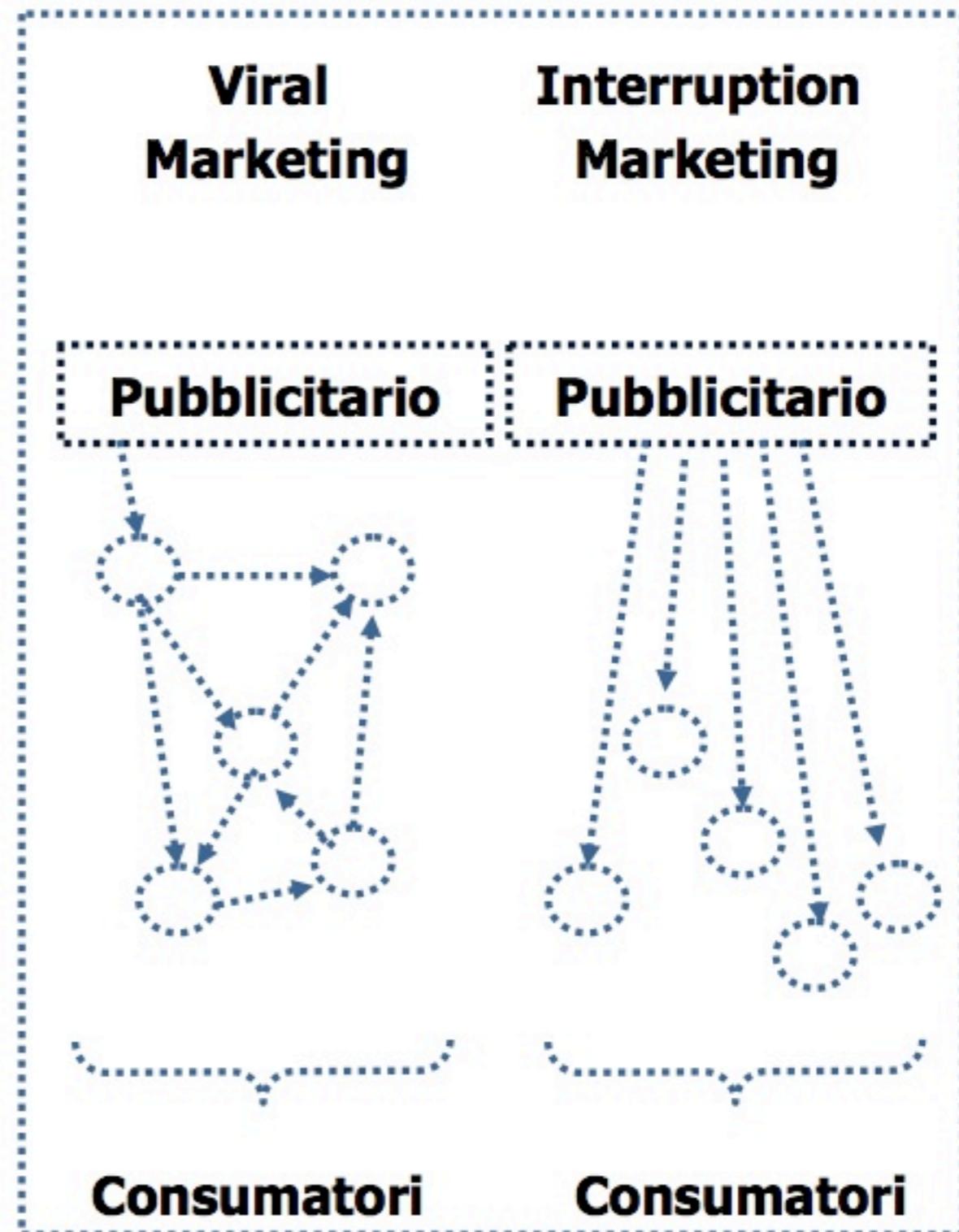
Strategia Virale

- Bisogna apparire come un portatore del virus non come il virus stesso.
- Sfruttare la forza di più legami deboli che sarà maggiore di quella di pochi legami forti
- Calcolare gli investimenti nel lungo periodo fino a quando il messaggio raggiungerà il punto di rottura trasformandosi in un'epidemia.

Strategia

Un'operazione di Viral marketing:

- a) **Identifica** solamente le persone maggiormente interessate a quel particolare messaggio di marketing
- b) **Veicola** il messaggio in una maniera rilevante per loro, rendendolo "enjoyable" o "valuable"
- c) **Fornisce** il messaggio in modo da incoraggiare alla condivisione



Adver-Game

- Il termine advergame è il risultato della crasi tra le parole advertising e game, ovvero “pubblicità” e “gioco”.
- Si tratta di giochi interattivi per comunicare messaggi pubblicitari, sviluppare la brand awareness e generare traffico verso i siti di tipo consumer, diffusi negli USA a partire dal 1998.
- Dai suoi esordi l'advergaming è maturato, la tecnologia ha fatto molti passi avanti e già nel 2005 il suo mercato valeva oltre un miliardo di dollari.

AdverGame

TOYOTA E WORLD OF WARCRAFT, UNA VIRAL COMBO

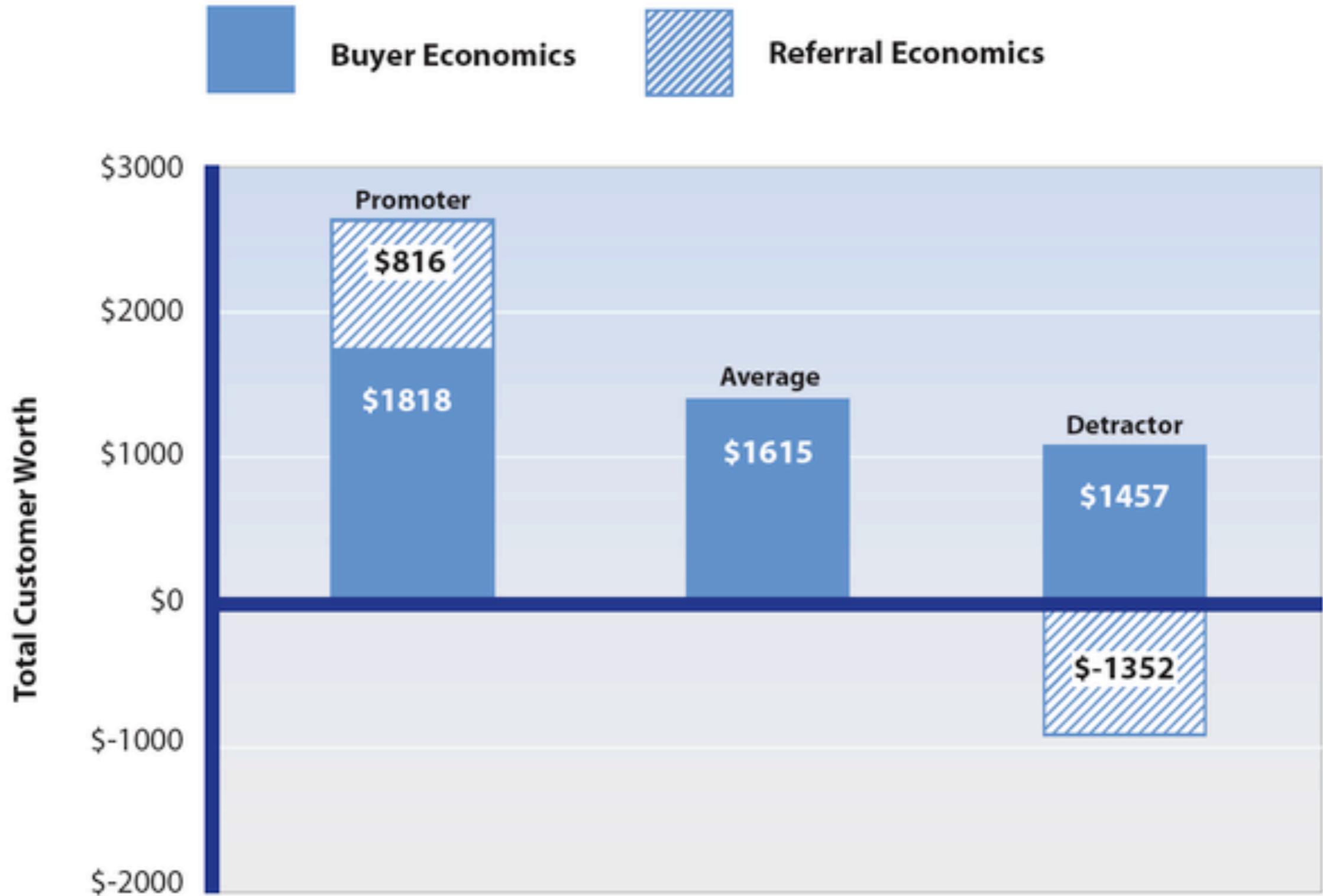
Pubblicata su www.g-com.it/blog il 15 ottobre 2007



WOM

- Word of mouth
- Gergo tecnico che indica il passaparola su cui si basa la strategia di viral marketing.
- Passaparola
- un nodo comunicativo si relaziona con un numero indefinito di altri nodi che a loro volta si relazioneranno con altri nodi accrescendo la trasmissione del messaggio in modo esponenziale

Passa Parola



Innergame ?

- l'advergame: coinvolge l'utente con un gioco semplice e accattivante
- cattura la sua attenzione in modo non intrusivo e fidelizzante, per imprimere nella sua mente il marchio che vuole promuovere.
- A differenza dei siti che offrono giochi gratuiti online per incrementare il traffico di utenti sugli stessi, e di coloro che si sponsorizzano nei videogame (innergame advertising)
- Advergame diffonde un messaggio, per “spingere” la propria marca, perciò la comunicazione pubblicitaria costituisce il cuore del gioco on-line.

Guerrilla

- Così come è stato teorizzato da Jay Conrad Levinson nel suo libro
- Guerrilla Marketing : Secretsfor Making Big Profits from Your Small Business del 1983
- il guerrilla marketing o guerriglia marketing nella versione italianizzata altro non è che un insieme di tecniche di comunicazione non convenzionale
- che consentono di ottenere il massimo della visibilità attraverso il minor sforzo economico

Guerrilla

- Il Guerrilla Marketing
- concorre allo sviluppo delle strategie di mercato attraverso la messa in scena di pseudo-eventi concepiti in integrazione all'immagine dell'azienda.
- Eventi improbabili, paradossali, fantascientifici, azioni da eseguire nottetempo
- talvolta ai limiti della legalità utilizzando canali diversi da quelli canonici

Guerrilla

- Il target per le azioni di guerriglia marketing è rappresentato, oltre che dal focus target delineato dall'azienda, anche dal sistema stesso dei media.
- L'obiettivo ultimo è quello di sfruttare la sfiducia che il consumatore ripone nell'universo pubblicitario convenzionale
- creando un messaggio che sia in grado di ottenere la massima efficacia comunicazionale e che venga diffuso da coloro che lo consumano

Flash Mob

- Il termine Flash Mob
- dall'inglese flash, istantaneo e mob, mobilitazione
- sta ad indicare una massa di persone che mette in scena brevi azioni corali fuori dalla norma in un luogo pubblico predeterminato
- per poi successivamente disperdersi (spesso con un applauso finale).

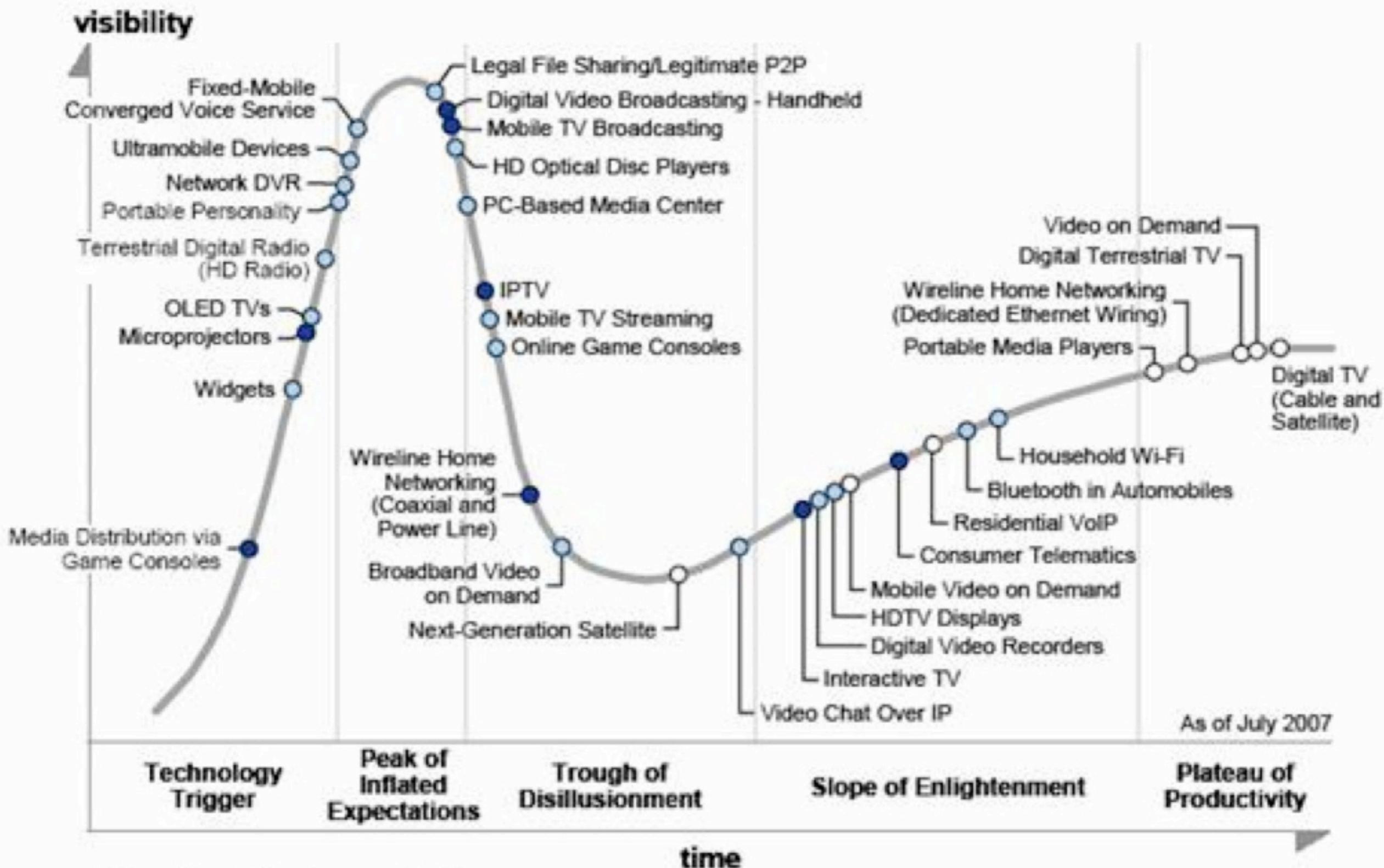
Apple zombies



Web Marketing

- Internet marketing
- si può considerare non convenzionale ?
- fra qualche anno sarà convenzionale come la televisione
- ma allora il web 2.0 ?
- e le ricerche sul web 3.0 ?
- Vediamo l'evoluzione dei media e di internet

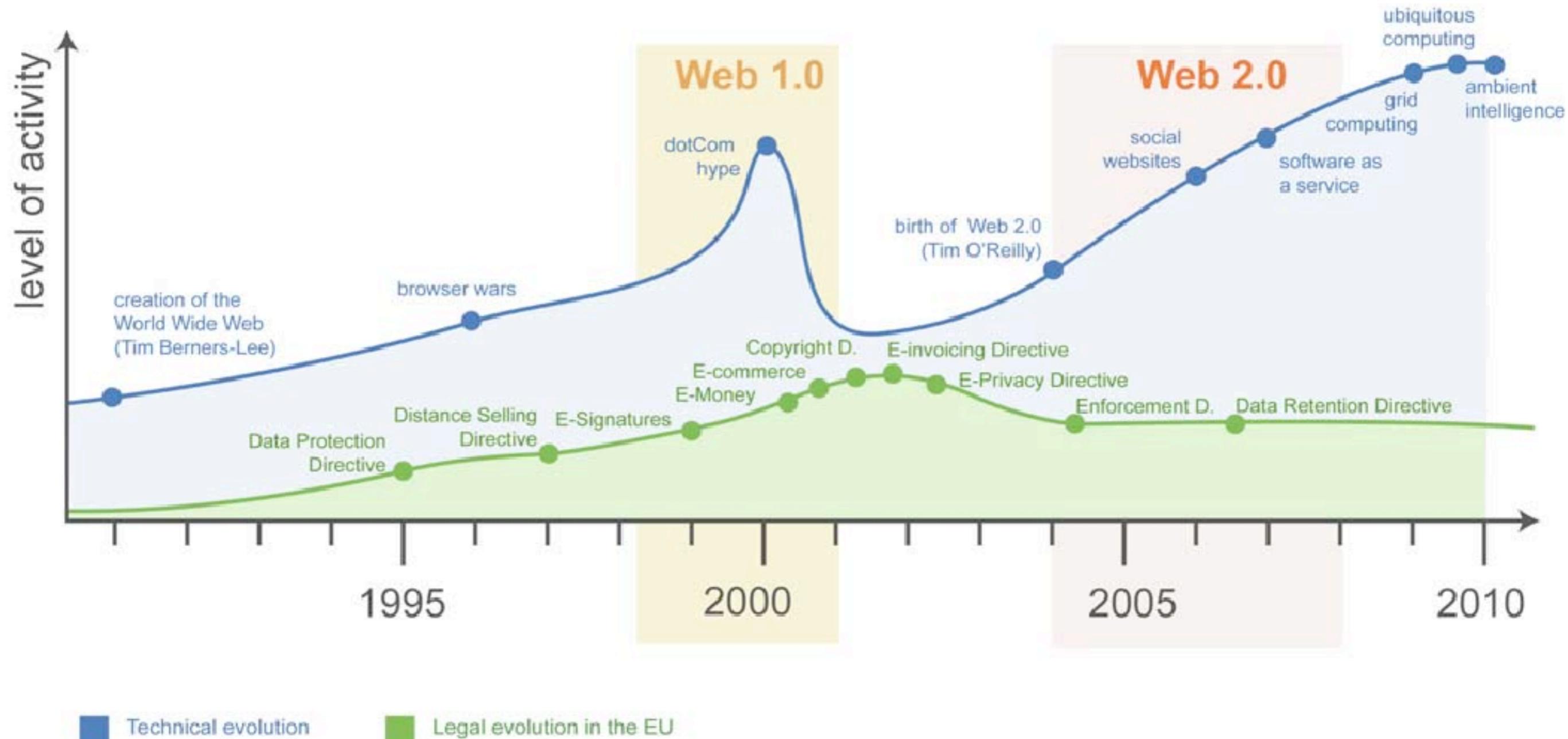
Figure 1. Hype Cycle for Consumer Technologies, 2007



Source: Gartner (July 2007)

Web 2.0

Graph 2: Evolution of the legal and technical landscape



Twitter

The Twitter Curve



Marketing tribale

- Strategia di marketing che ha l'obiettivo di creare una comunità collegata al prodotto o servizio che si intende promuovere.
- Si basa sul sentimento comunitario che i consumatori sviluppano come risposta a una vincente scelta della strategia e dei prodotti appositamente studiati per creare delle comunità e supportarne lo sviluppo e l'autoriconoscimento.

Blog = Tribale ?

“Below are a list of statements – please can you answer reflecting your opinion.”
– Responses “Definitely Agree / Somewhat Agree” Active Internet Universe

56% Blogging is a good way to express yourself

36% I think more positively about companies that have blogs

33% I have a favourite blog that I read regularly

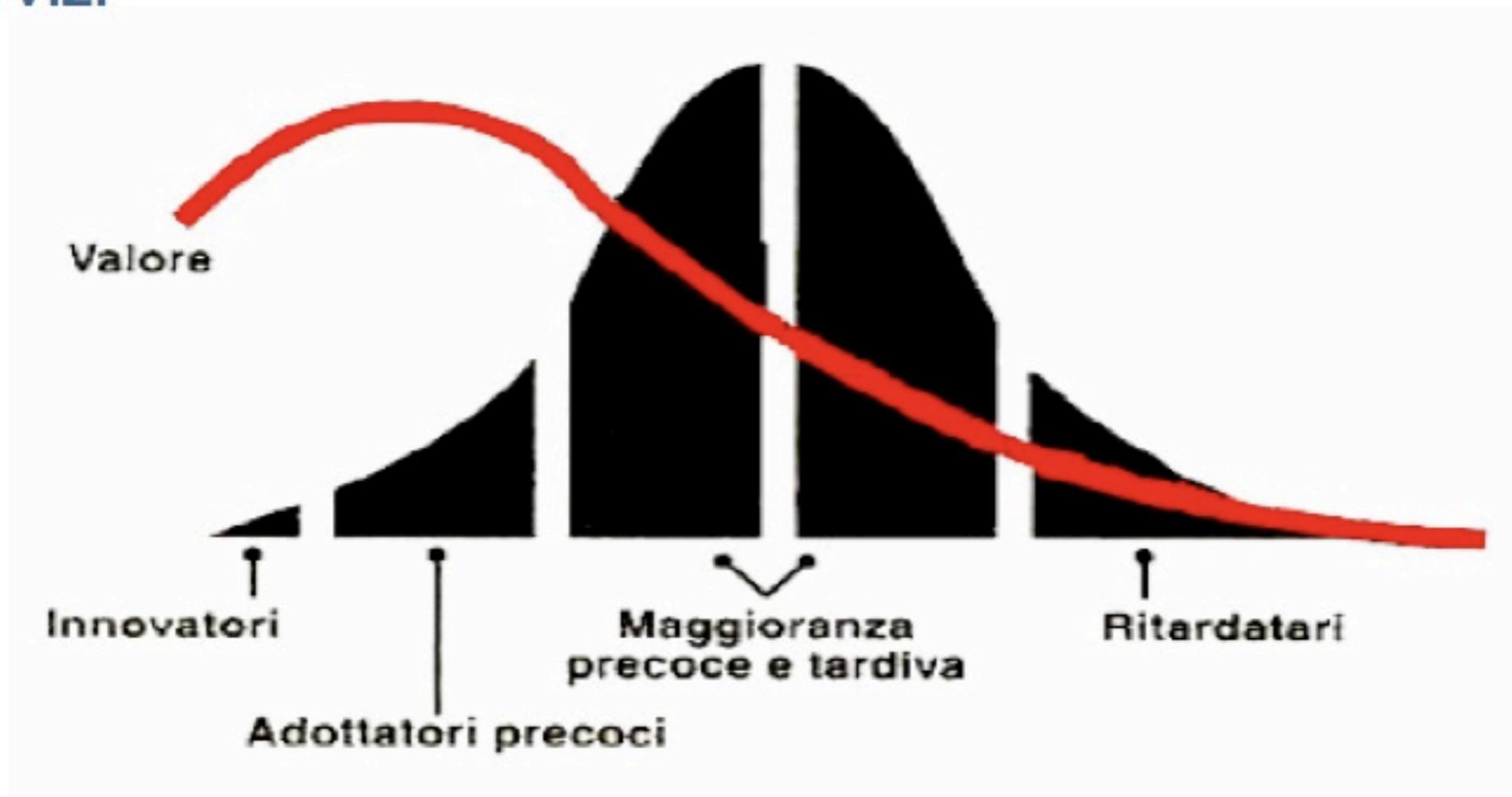
32% I trust bloggers opinions on products and services

31% Blogging is an important way to socialise with friends

I'm blogging this.

Solo innovatori ?

- Innovatori ed adottatori precoci sono persone disposte a diffondere idee e novità, anche rispetto a nuovi prodotti e servizi

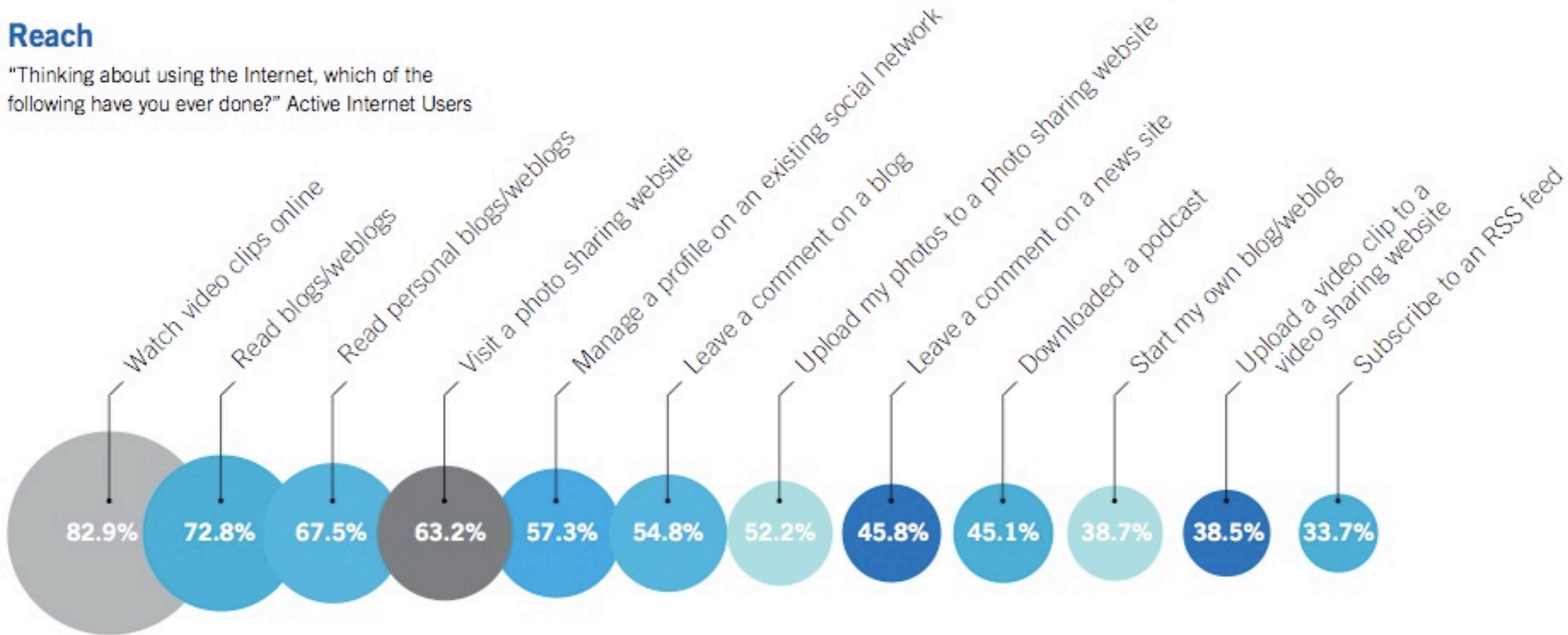


- Le persone che compongono la maggioranza precoce e tardiva prestano ascolto a questi influencers che hanno fatto più esperienze di loro

Solo blog ?

Reach

"Thinking about using the Internet, which of the following have you ever done?" Active Internet Users



Desmoblogger in Ducati!

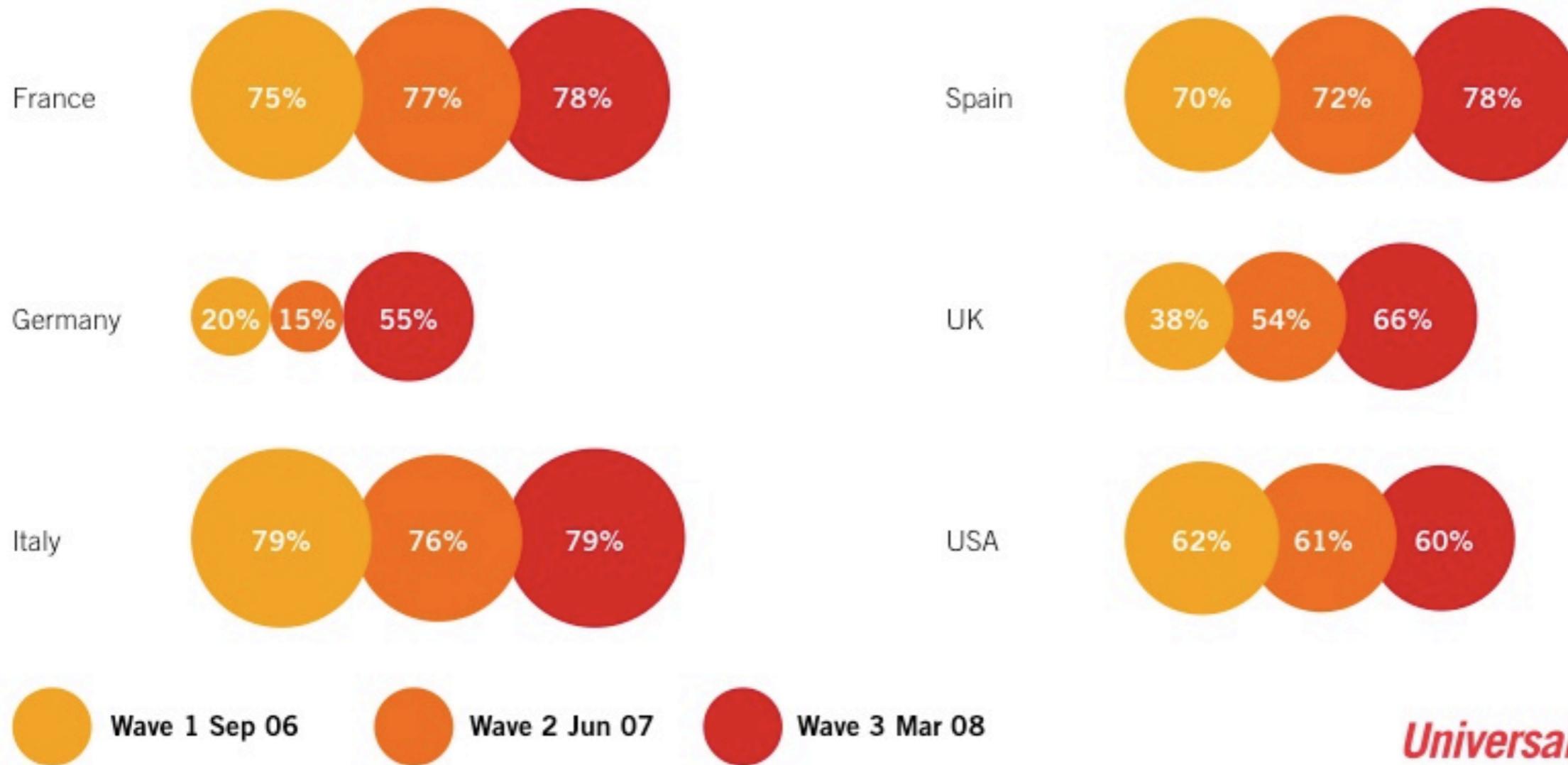
Thursday 24 April 2008 18:07:30 by Redazione Desmoblog



Oggi alcuni ragazzi del blog ci sono venuti a trovare in azienda. Lasciamo al Presidente Marco Villa il compito di raccontare come è andata. Su More trovate altre foto della giornata.

*Carissimi amici Bloggers,
nemmeno vi immaginate che giornata possa essere stata quella che
abbiamo passato in azienda oggi.*

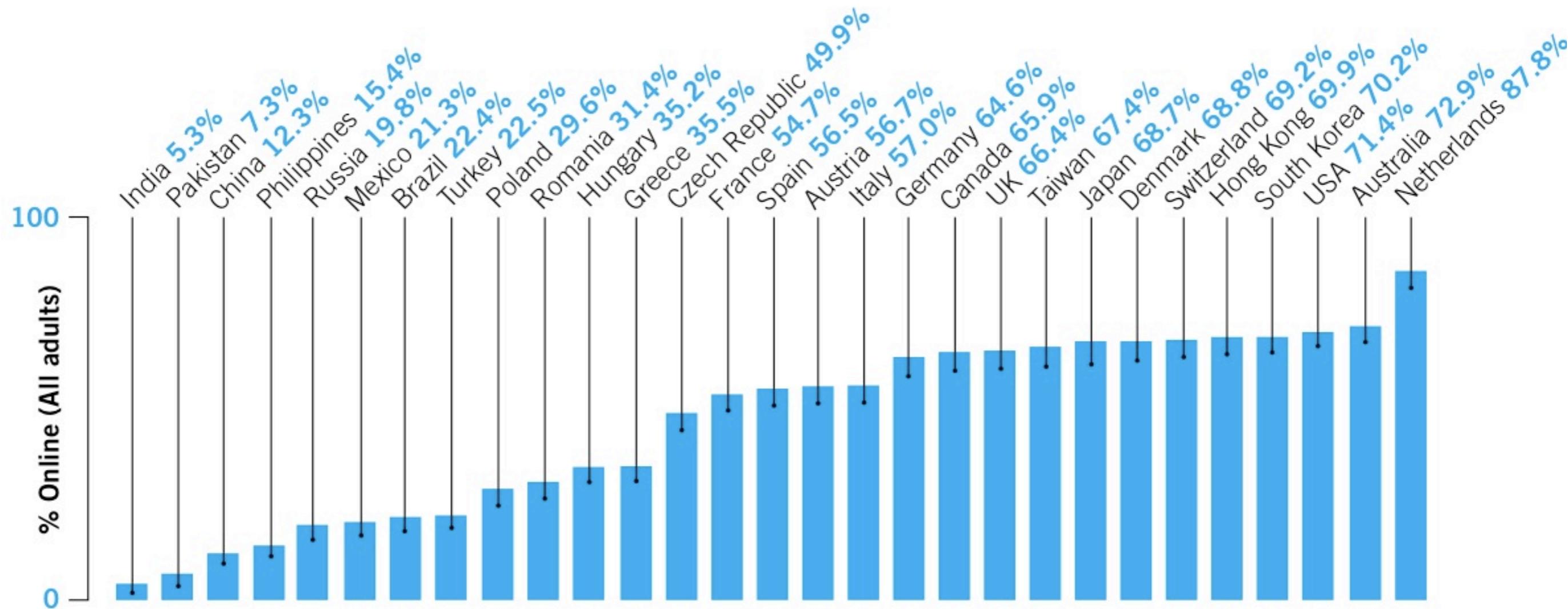
Blog Italia e mondo



Internet Mktg

Internet Penetration by market

Internet Penetration, all adults. Figures sourced from Internetworldstats.com



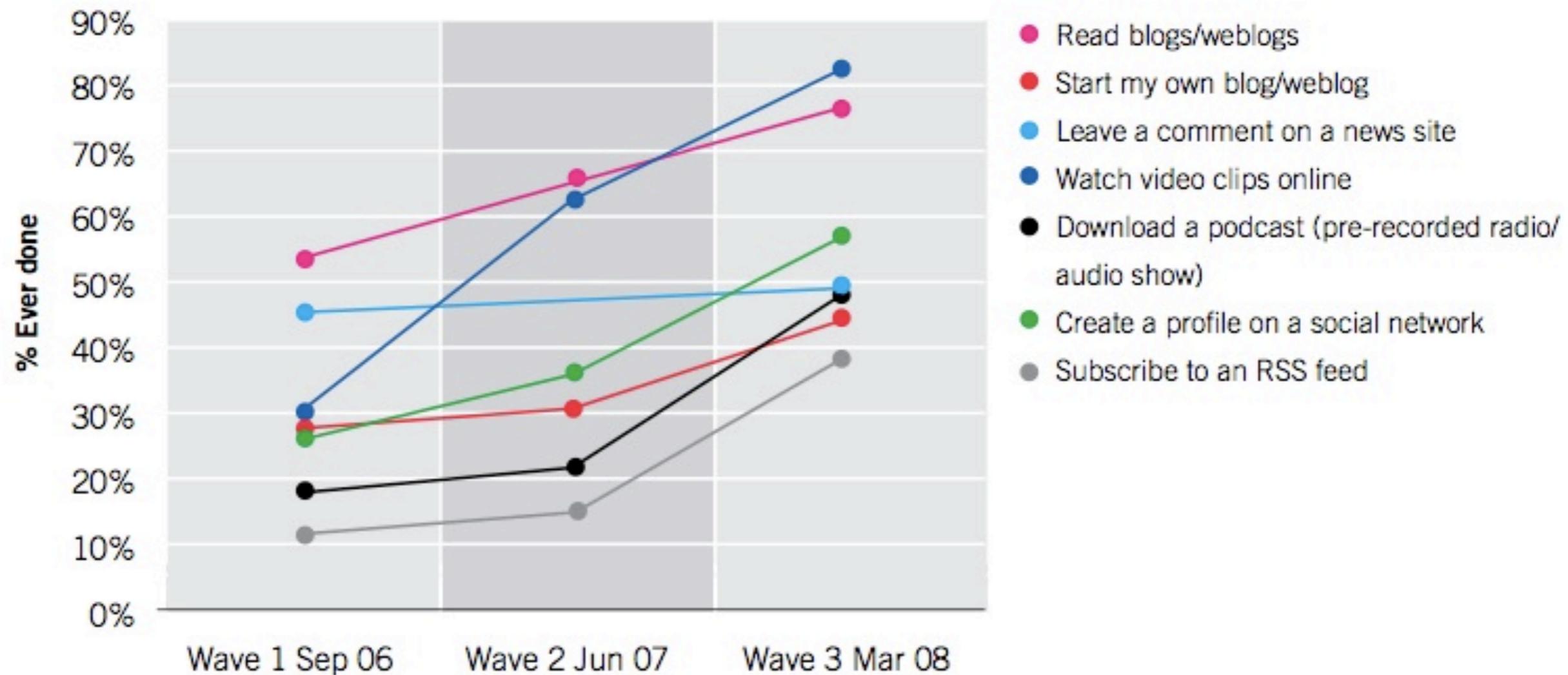
Fedeltà



Fenomeno finito ?

Reach over time

"Thinking about using the Internet, which of the following have you ever done?" Active Internet Users



UGC



[www.dainese.com/ita/
tt_luogo_mitico.asp](http://www.dainese.com/ita/tt_luogo_mitico.asp)

- User Generated Content
- Contenuti generati dagli utenti online
- sia attraverso blog o siti personali, che mediante l'intervento in forum e community online,
- compresa la pubblicazione di video e immagini.

Ambientale

- Il marketing ambientale nasce dalla necessità crescente di tutte le aziende di raggiungere un pubblico sempre più impermeabile ai messaggi veicolati dai media tradizionali.
- Sfrutta i luoghi ed i tempi della vita quotidiana trasformandoli in vere e proprie “esperienze pubblicitarie”.
- Oggetti urbani, monumenti, mezzi di trasporto, scenari intimi e pubblici e gli stessi media tradizionali vengono modificati fisicamente in modo da stupire il pubblico e far penetrare nella sua giornata un messaggio pubblicitario.

Ambient

