



*Efficienza  
Tecnica  
Comunicazione*

## ***MARKETING RESPONSABILE”***

a cura di Stefano Di Polito



Efficienza  
Tecnica  
Comunicazione

# Il sacro testo del marketing?

## Costituzione della Repubblica Italiana

*Ogni cittadino ha il dovere di svolgere,  
secondo le proprie possibilità e la propria scelta,  
un'attività o una funzione che concorra al progresso  
materiale o spirituale della società.*

(ARTICOLO 4)





Efficienza  
Tecnica  
Comunicazione

## Dal web al web 2.0

- Digital marketing
- Social media marketing
- Marketing virale
- Marketing tribale



Efficienza  
Tecnica  
Comunicazione

## Dal web al web 2.0...

- Digital marketing
- Social media marketing
- Marketing virale
- Marketing tribale

Il marketing diventa collaborativo

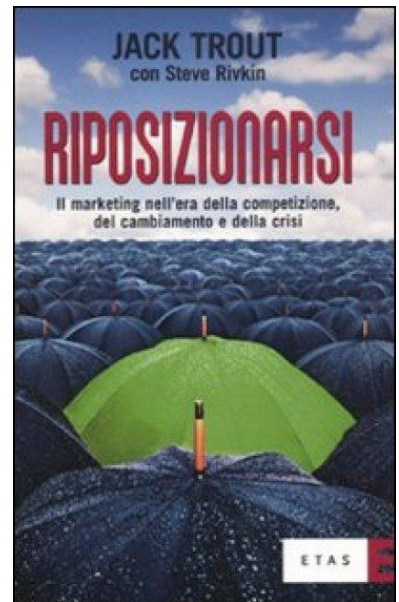


Efficienza  
Tecnica  
Comunicazione

## La comunicazione responsabile

- > Crisi economica
- > Cambiamento tecnologico
- > Consumatore in trasformazione
- > Competizione
- ... **Creatività**

## Le 5 C del Riposizionamento





Efficienza  
Tecnica  
Comunicazione

## Il cliente sta cambiando

CONSUMAUTORE  
COPRODUTTORE  
PROSUMER

Cresce il potere del cliente e il suo bisogno  
di coinvolgimento e identificazione  
con un'azienda/prodotto/servizio...

IL MARKETING COLLABORATIVO  
PUO' RENDERE PROTAGONISTA IL CLIENTE



Efficienza  
Tecnica  
Comunicazione

## **MARKETING COLLABORATIVO**

L'85% delle conversazioni su un prodotto o servizio non coinvolgono le aziende ma avvengono in famiglia (46%), tra amici (26%) e tra colleghi e conoscenti (13%).

*Fonte: Nielsen Global Survey*



Efficienza  
Tecnica  
Comunicazione

## **MARKETING COLLABORATIVO**

Chi decide la reputazione di un'azienda?

### ***E-Fluencer***

**Adulti che hanno superato da poco i 40 anni, laureati, creativi, attenti alla sostenibilità ambientale e socioeconomica e agli aspetti spirituali della vita.**





Efficienza  
Tecnica  
Comunicazione

## Il cittadino sta cambiando

### CIVES - CITTADINI 2.0

6 italiani su 10 utilizzano la rete: 36 milioni

Il 29% sono **Cives** “navigano con impegno”  
spinti da finalità di tipo civico e politico.

Il 15% sono **Infonauti** si informano sui quotidiani online senza partecipare.

Il 15% sono **Internauti** navigano  
senza cercare informazioni.

Osservatorio Demos Coop (2013)



Efficienza  
Tecnica  
Comunicazione

## **MARKETING COLLABORATIVO**

Chi costruisce opinione sul territorio?

### **Cives**

In prevalenza sono uomini, professionisti, classe media e studenti. In forma minore pensionati e casalinghe (offline o Internauti).

Il 74% crede nell'importanza della politica. Il 60% si riconosce nella rete, il 20% nello Stato, il 7% nei partiti.

Il 48% degli elettori del M5S sono Cives, lo sono anche il 40% degli elettori del centrosinistra, il 19% degli elettori del centrodestra.



Efficienza  
Tecnica  
Comunicazione

## **MARKETING COLLABORATIVO**

Chi costruisce opinione sul territorio?

### **Cives**

L' 85% dei Cives si collega tutti i giorni, in particolare attraverso tablet e smartphone. Il 63% partecipa ai social network.

Il 20% partecipa ad azioni di protesta sul territorio, il 50% fa scelte di consumo critico, il 26% boicotta aziende poco etiche.

Non credono alla TV generalista (ad eccezione di Report, Ballarò, Che tempo che fa, TG3 e Rainews24) e seguono in prevalenza Repubblica.it

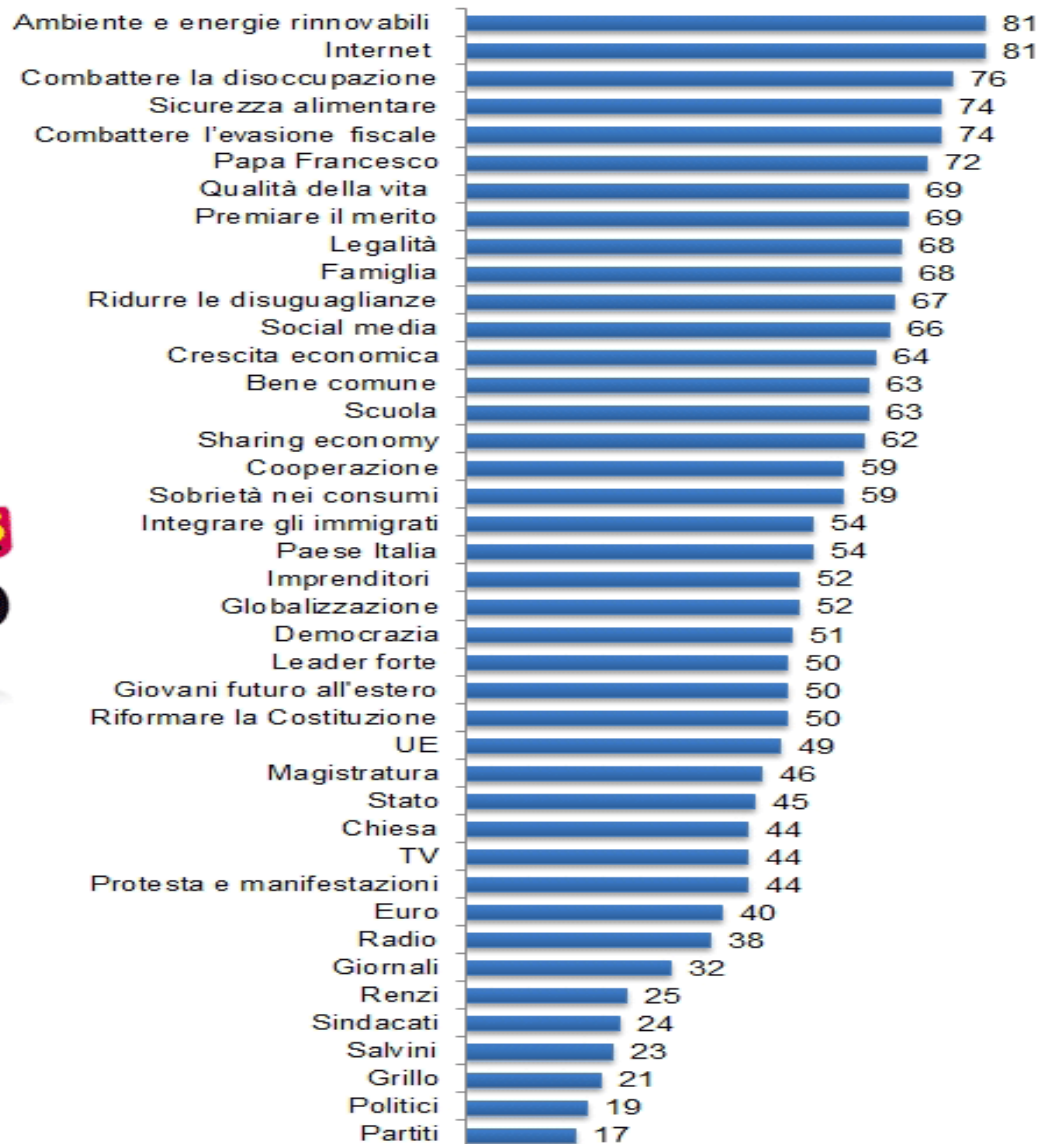


Efficienza  
Tecnica  
Comunicazione

## LE PAROLE DEL FUTURO – 3 GIUGNO 2016

### PAROLE DEL FUTURO

Secondo lei, nel futuro, rispetto a oggi che importanza avranno le seguenti parole?  
(% di quanti rispondono molto maggiore o maggiore, al netto delle non risposte)





Efficienza  
Tecnica  
Comunicazione



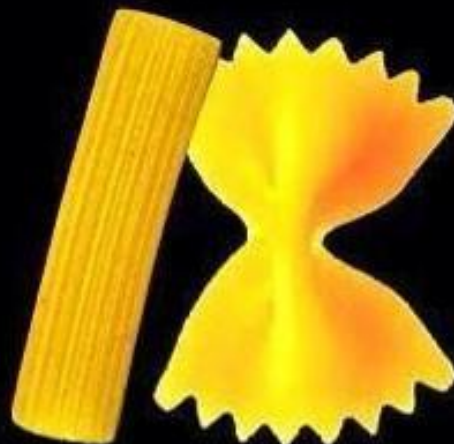
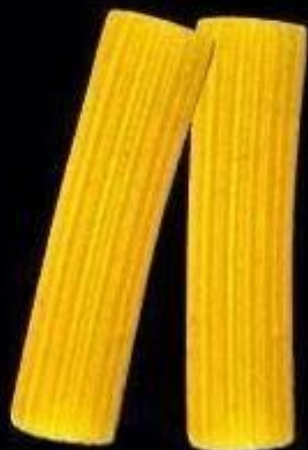
## LO SCENARIO ATTUALE: ANTAGONISMO

La crisi finanziaria, sociale e ambientale sta condizionando le aziende a virare verso strategie responsabili?





Efficienza  
Tecnica  
Comunicazione



**NO MATTER IF YOU LIKE FARFALLE OR MACCHERONI  
JUST LOVE**





Efficienza  
Tecnica  
Comunicazione

Dove c'è Barilla c'è casa.





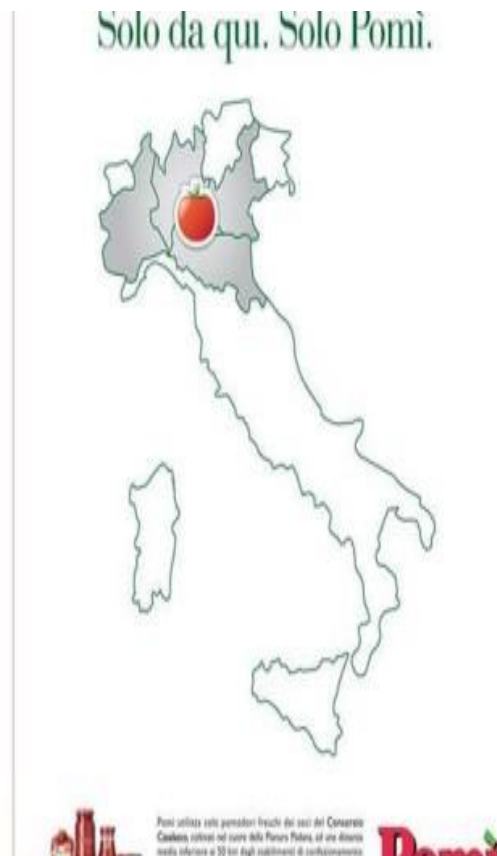
Efficienza  
Tecnica  
Comunicazione







Efficienza  
Tecnica  
Comunicazione





Efficienza  
Tecnica  
Comunicazione

## ***DAL MARKETING AL SOCIETING***

*Le grandi aziende comunicano (e operano)  
come un'azienda di **prossimità** e di **pubblica utilità**!*



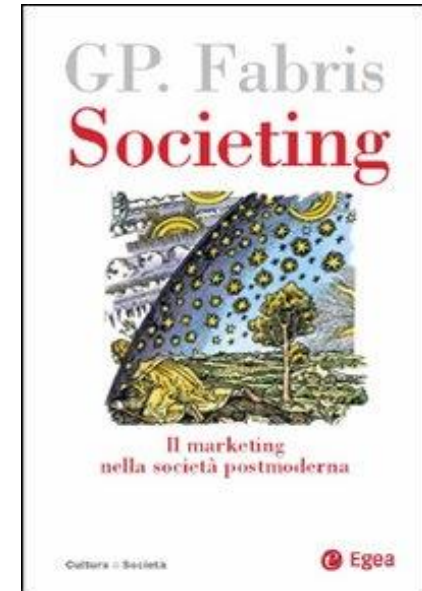
Efficienza  
Tecnica  
Comunicazione

## **SOCIETING**

### ***Dalla transazione alla relazione***

- => Il consumatore è “un attore sociale”
- => I brand hanno “un dna sociale”
- => Il mercato sono “le conversazioni”
- => Le aziende curano “le conseguenze sociali”

*Fonte: Fabris, Societing*





Efficienza  
Tecnica  
Comunicazione

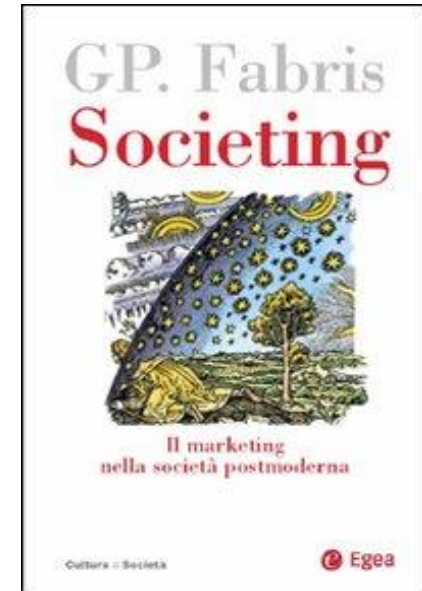
## **SOCIETING**

### ***Dalla transazione alla relazione***

=> Dai “consumatori” alle “persone”

=> Dal “mercato” alla “società”

*Fonte: Fabris, Societing*



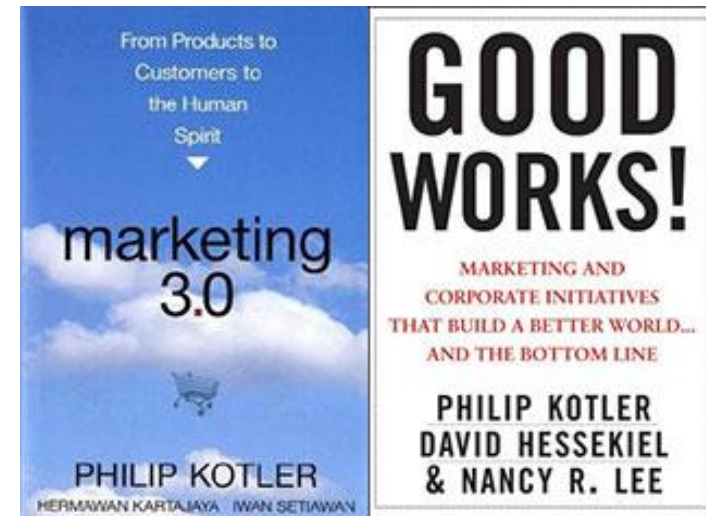


Efficienza  
Tecnica  
Comunicazione

## MARKETING SPIRITUALE

*Dal prodotto, al cliente, all'anima*

- => Vendere la missione ai consumatori
- => Vendere i valori ai dipendenti
- => Vendere i valori al partner di canale
- => Vendere la visione agli azionisti



*Fonte: Kotler, Marketing 3.0 – Good works*

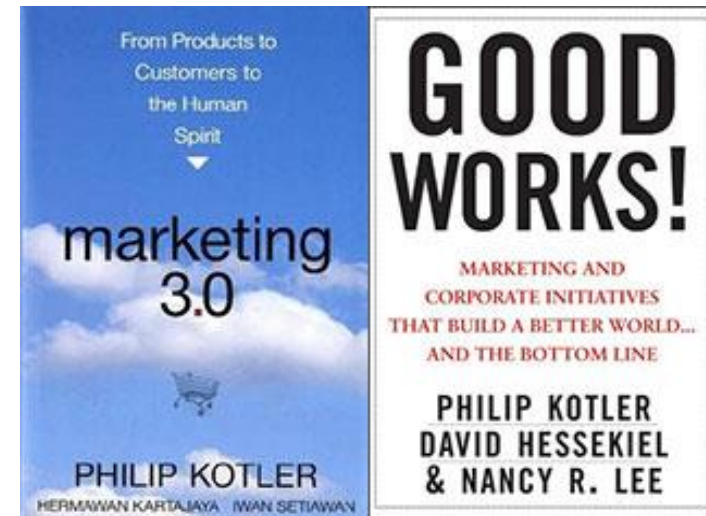


Efficienza  
Tecnica  
Comunicazione

## MARKETING ETICO

*Dal prodotto, al cliente, all'anima*

- => Marketing 1.0 – parlare alla mente
- => Marketing 2.0 – parlare al cuore
- => Marketing 3.0 – parlare all'anima



*Fonte: Kotler, Marketing 3.0 – Good works*





Efficienza  
Tecnica  
Comunicazione

## Stazione Milano Centrale





Efficienza  
Tecnica  
Comunicazione

***Eataly – 5 giugno 2016***

***Campagna 7 MOSSE PER RIFIUTI ZERO***







Efficienza  
Tecnica  
Comunicazione

# TENIAMOCI IN CONTATTO

Email, Facebook, Skype...

STEFANO DI POLITO / ALBERTO ROBIATI

[comunicazione@laboratoriocreativo.com](mailto:comunicazione@laboratoriocreativo.com)

