

EXISTENTIAL MARKETING I consumatori comprano, gli individui scelgono

Prezzo: **Regular Price**
19,90 € **Special Price**
18,91 €

Codice	9788820362867
Tipologia	Libri
Data pubblicazione	16 giu 2014
Reparto	LIBRI
Autore	Gnasso Stefano, Iabichino Paolo
Editore	Hoepli

Descrizione

In una società senza direzioni non possiamo più dare nuovi nomi a vecchi comportamenti. Per questo anche la comunicazione di marca è chiamata a una profonda trasformazione, se vuole continuare a mantenere la sua efficacia. Gli autori individuano un nuovo indirizzo strategico, basato sulla rilevanza di narrazioni vicine ai temi esistenziali, percepite come autentiche da interlocutori che riconoscono in queste storie i loro valori. Perché in un contesto come quello attuale i brand non possono restare impassibili di fronte alle istanze sociali, culturali ed economiche di uno scenario sempre più confuso. Questa nuova prospettiva per la comunicazione d'impresa e il marketing si delinea a partire da un'analisi del cambiamento sociale, in atto dai primi anni '90, che mette in crisi l'approccio tradizionale, orientando strategia e creatività, per soddisfare le esigenze delle aziende, dei clienti e della società nel suo complesso. Il libro basa il suo approccio innovativo sulla testimonianza di alcune importanti esperienze di comunicazione: esempi di come su narrazioni, più che su prodotti, si vada a costruire il successo contemporaneo dei brand. Una lettura che può essere utile a tutti, ma che dovrebbe essere imprescindibile per coloro che operano nei settori del marketing e della comunicazione d'impresa. Marche, prodotti, servizi, istituzioni devono sentire la responsabilità forte e definitiva dell'attuale contesto sociale, culturale ed economico in cui siamo inseriti e in cui non ha più alcun senso continuare a identificare i nostri interlocutori come semplici consumatori. Ecco perché gli attuali attori del mercato devono saper intrecciare le proprie trame con quello che interessa davvero agli esseri umani, per fare in modo che noi si possa scrivere ancora parole nuove e tornare a essere orgogliosi di questo mestiere.

Introduzione - Cenni sugli autori - Quando e perché il consumatore è diventato infedele - Un cambio di paradigma nel marketing - Verso un marketing esistenziale - Rilevanza di un brand relazionale e narrante - Marketing esistenziale come esperienza trasformativa - I racconti autentici creano la relazione - I racconti di marca, alle prese con l'esistere - Le trame narrative per un mondo migliore - Le lettere al Direttore (creativo) - Bibliografia

Rimaniamo a disposizione per qualsiasi ulteriore chiarimento allo 0461.232337 o 0461.980546

oppure via mail a : servizioclienti@libriprofessionali.it

www.LibriProfessionali.it è un sito di Scala snc Via Solteri, 74 38121 Trento (Tn) P.Iva 01534230220

