

REINVENTARE IL MARKETING

Prezzo: **Prezzo di listino**
19,00 € **Prezzo a te riservato**
18,05 €



| | |
|--------------------|--|
| Codice | 9788891644794 |
| Tipologia | Libri |
| Data pubblicazione | 12 ott 2020 |
| Reparto | Economia, LIBRI |
| Autore | Facchini Federica, Mardegan Paolo, Riva Giuseppe |
| Editore | Maggioli |

Descrizione

Il “marketing delle intenzioni e dell’esperienza digitale”, o marketing 4.0, ha come principale obiettivo la comprensione delle intenzioni dei consumatori per riuscire a supportarle in tutto il ciclo di vita del prodotto, attraverso la creazione e condivisione di esperienze digitali significative e memorabili realizzate grazie a tecnologie innovative: big data, intelligenza artificiale, realtà virtuale, realtà aumentata e robotica socialmente assistiva.

La capacità di creare in modo nuovo valore per il consumatore e per le aziende rende il marketing 4.0 lo strumento ideale per superare la sfida che devono affrontare gli operatori: costruire una relazione stabile con il cliente in un momento in cui il coronavirus e le sue conseguenze stanno modificando in maniera profonda e duratura le relazioni sociali, i processi lavorativi e i comportamenti di acquisto.

Il volume presenta le principali caratteristiche del marketing 4.0 e delle diverse tecnologie digitali che lo rendono possibile. Completano il testo interviste a dirigenti e imprenditori del settore che raccontano il potenziale applicativo del marketing 4.0.

Prefazione

Capitolo 1 – Verso il marketing 4.0

1.1 Introduzione 1

1.2 L’evoluzione del marketing: il legame tra valore e tecnologia

1.2.1 Dal marketing 1.0 al marketing 2.0: il marketing dell’informazione e il marketing della persuasione

1.2.2 Marketing 3.0: il marketing della condivisione e del coinvolgimento

1.3 Verso il marketing 4.0: il marketing delle intenzioni e delle esperienze

1.4 Conclusioni

Capitolo 2 – Dal machine learning al deep learning: parliamo di intelligenza artificiale

2.1 Che cosa è l’intelligenza artificiale

2.2 Machine learning: la rivoluzione nell’apprendimento automatico

2.3 Imitare il cervello umano: reti neurali e deep learning

2.4 L'interpretazione del linguaggio naturale: chatbot e smart speaker

2.5 Un approccio basato sui dati e big data

2.6 Conclusioni

Capitolo 3 – La comunicazione digitale cambia pelle e diventa “intelligente”

3.1 Prevedere l'intenzione: il nuovo paradigma della comunicazione digitale

3.2 Prendere decisioni e stabilire obiettivi sulla base dell'analisi dei dati

3.3 Il pubblico, il nuovo consumatore, creare e prevedere i comportamenti

3.4 Storytelling e contenuti: raccontare storie tramite l'intelligenza artificiale

3.5 La pianificazione “Intelligente”

3.6 Il monitoraggio della strategia di comunicazione

3.7 Conclusioni

Capitolo 4 – Digital Advertising e intelligenza artificiale: un matrimonio di fatto

4.1 La pubblicità tradizionale: come misurarla?

4.2 La pubblicità digitale: la misurazione puntuale degli obiettivi

4.3 Intelligenza artificiale e motori di ricerca

4.4 Intelligenza artificiale e programmatic

4.5 La CDP, Customer Data Platform

4.7 Conclusioni

Capitolo 5 – Il potenziale delle tecnologie simulative: realtà virtuale, realtà aumentata e robotica umanoide

5.1 Dalla comunicazione digitale all'esperienza digitale

5.2 Il potenziale delle tecnologie simulative

5.3 Verso la Televisione 2.0: la realtà virtuale

5.4 La simulazione incontra l'intelligenza artificiale: la realtà aumentata

5.5 L'umanizzazione della robotica: i robot socialmente assistivi

5.6 Conclusioni

Capitolo 6 – Conclusioni: il ruolo del marketing 4.0 nell'era del coronavirus

6.1 Social distance e luoghi digitali

6.2 Smart working, e-learning e mobilità

6.3 E-commerce e home delivery

6.4 Comprensione del linguaggio naturale e chatbot

6.5 Pubblicità digitale

6.6 Siamo davvero alla fine?

Tavola Rotonda – Il futuro del marketing: la parola ai protagonisti

Bibliografia

Sitografia

Gli autori

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

