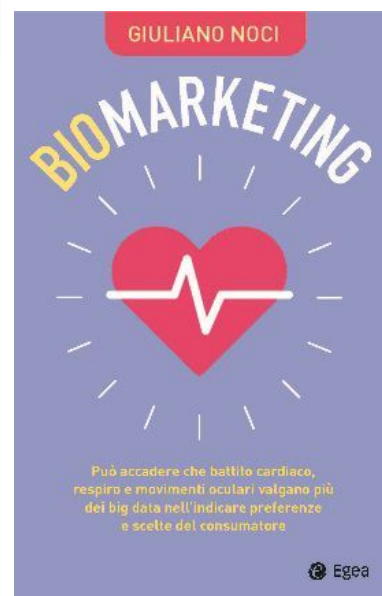


# BIOMARKETING

Prezzo: **Prezzo di listino**  
**28,00 €** **Prezzo a te riservato**  
**26,60 €**



Codice	9788823836495
Tipologia	Libri
Data pubblicazione	28 feb 2018
Reparto	Economia, LIBRI
Autore	Noci G.
Edizione	1
Editore	Egea

## Descrizione

---

Anche nel mondo ipertecnologico di oggi l'uomo resta al centro. Come consumatore ha acquisito un potere negoziale molto più rilevante che in passato, grazie ai processi di disintermediazione tra individuo e marca e alla diffusione delle piattaforme di social networking. Come manager è ancora l'unico agente in grado di fare la differenza da un punto di vista competitivo, grazie a una sensibilità e creatività non riproducibili dalla tecnologia. È quindi fondamentale inquadrare in una prospettiva sistemica il rapporto tecnologia-uomo, nelle sue differenti articolazioni: dinamiche di acquisto ed esperienze mediali sul fronte del consumo, processi decisionali e strumenti manageriali sul fronte del business. Con questo obiettivo, il libro propone una nuova piattaforma di marketing che, in virtù della trasformazione digitale, ridefinisce categorie, strumenti e processi di creazione del valore. Una bussola di orientamento fra quattro nuovi punti cardinali: il superamento della distinzione tra spazio fisico e spazio digitale; l'affermazione del dato come nuova materia prima del fare impresa; la consapevolezza del tempo come variabile endogena di qualsiasi progetto di marketing; la necessità di «pensare in grande», ad ambienti (ecosistemi) senza confini definiti, dove i settori merceologici sono solo un vago ricordo del passato. In questa nuova geografia il biomarketing, fondato sulla rilevazione dei segnali biometrici del nostro corpo e dell'attività celebrale, fornisce interpretazioni autentiche delle reazioni che l'individuo manifesta quando esposto a uno stimolo di marketing, e offre strumenti di analisi originali e complementari a quelli tradizionali, nuovi obiettivi e nuove leve operative per dispiegare la relazione con il consumatore, fino a raggiungere uno status di intimità collettiva con il mercato e a individuare i love times in cui si gioca la decisione di acquisto. Le implicazioni organizzative conseguenti all'adozione di questa nuova piattaforma evidenziano che il gioco è così rilevante da non poter essere lasciato nelle mani dei soli marketer: trasformazione digitale e sua gestione richiedono il pieno coinvolgimento della C-suite per il carattere pervasivo e l'intensità dei cambiamenti sottili.

Rimaniamo a disposizione per qualsiasi ulteriore chiarimento allo 0461.232337 o 0461.980546 oppure via mail a : [servizioclienti@libriprofessionali.it](mailto:servizioclienti@libriprofessionali.it)

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

