



 29 marzo 2012 | [Alberto Maestri aka Kalbimura](#) | [commenta](#)
[Guarda il suo profilo!](#)

A lezione di wiki branding: Ninja Marketing intervista Mike Dover

Mi piace Piace a 3 persone. Registrazione per vedere cosa piace ai tuoi amici.



Qualche settimana fa vi avevamo parlato di *“Wikibrands: Reinventa il Business nell’Era della Partecipazione”*: un manuale davvero interessante e innovativo – consigliato dai Ninja! – edito da **Franco Angeli** e concentrato sui nuovi paradigmi del marketing e del branding.

Un’opera che diventa uno strumento operativo importante per manager, imprenditori, consulenti, esperti o semplici interessati: con questo post vi presentiamo un contenuto davvero esclusivo, ovvero l’intervista dei Ninja a **Mike Dover**, co-autore – insieme a **Sean Moffitt** – del libro. *Enjoy* 😊

Buongiorno Mike. Perché pensi che i brand debbano

ADVERTISING

Il tuo brand qui? »

ALTRE STORIE



Obama sempre più social, ora è anche su Pinterest!



Olloclip, una lente tuttofare per iPhone 4 e 4S



Viral Marketing? Consigli per le agenzie dal libro Create! [VIDEO]



Caffè espresso in macchina: con Handpresso si può!



Social Case History Forum, l'incontro per parlare di best practice 2.0!



3 campagne creative di Pinterest Marketing



Un'applicazione fee sui business plan: la parola agli startupper [INTERVISTA]



Lo skateboard controllato con la forza del pensiero

RIBBON



impegnarsi per diventare il prima possibile wiki brand?

Buongiorno a tutti i lettori. Per prima cosa, è lo stesso consumatore che se lo aspetta. Le aziende di qualsiasi tipo che non hanno ancora attivato strumenti e logiche conversazionali con gli utenti sono percepite come *old fashioned*, per nulla proattive. D'altra parte, le imprese che si impegnano ad ascoltare e monitorare attivamente i clienti riescono a captarne e anticiparne i bisogni.

Qual'è la parola chiave che, a tuo avviso, meglio rappresenta l'idea e la logica sottostante i wiki brand, e perché?

Sicuramente "collaborazione" è la *key word*. I clienti e gli utenti danno un aiuto fondamentale alle aziende non solo rispetto al marketing, ma anche in relazione allo sviluppo e al miglioramento dell'offerta di prodotto. Per non parlare poi dei contributi offerti alle funzioni R&D, Public Relations, HRM e assistenza al cliente.

Le idee e i paradigmi del wiki branding sono validi anche per le PMI e i brand meno conosciuti?

Assolutamente! La tecnologia sempre più libera o semi-libera, accessibile a tutti, si rende disponibile a qualsiasi azienda di tutte le dimensioni e tipologie. L'esempio virtuoso di [Mabel's Labels](#) è un efficace caso studio in questo senso.

Quale pensi sia il miglior esempio di wiki brand, in questo momento?

Personalmente sono un grande fan di [Zappos](#). L'azienda e chi ci lavora hanno compreso a fondo il concetto sottostante l'idea di wiki branding e riescono a 'viverlo' e metterlo in pratica ogni giorno. In quanto canadese, poi, adoro anche [Lululemon](#).

Conosci qualche bell'esempio di wiki brand 'made in Italy'?

Un progetto nuovo è [The Girls About Town](#). E' molto interessante soprattutto il suo potenziale, in particolare l'opportunità per le persone di diventare la *next girl*.

I marketer e gli imprenditori dovrebbero cominciare il prima possibile a pensare seriamente come trasformare il proprio brand in wiki perché...

... i loro clienti e gli utenti vogliono essere coinvolti e ingaggiati, e desiderano assolutamente comprendere meglio i brand con cui interagiscono. E questa apertura darebbe la possibilità alle stesse marche di migliorarsi!

Grazie Mike!

A voi! Un saluto a tutti i lettori.

Parole molto interessanti e che fanno riflettere sulla necessità di ripensare all'architettura dei brand: e voi, state già cavalcando questa rivoluzione?

VUOI APPROFONDIRE L'ARGOMENTO?