

Il libro

Un buon prodotto è nullo senza una solida reputazione online

Marco Panara



Reputation marketing
Marco Valentinsig
FrancoAngeli
Pagine 135
Euro 23

La reputazione è quanto gli altri pensano di noi, che si tratti di una persona, una azienda, una istituzione, ed è la base sulla quale si costruisce la fiducia. In tempi analogici era affidata all'esperienza personale e al passaparola, i rapporti erano tra persone, acquistavamo dal fornitore di fiducia, che aveva un volto, una voce, una storia. Poi il mondo è cambiato, i negozi sono diventati catene, la fiducia dalle persone è passata ai marchi e per le aziende è diventato un fattore competitivo. Vale per il B2C ma ancora di più per il B2B, prima di qualsiasi contatto il compratore va in rete e si informa e il suo pre-giudizio si basa su quello che trova e sempre di più su quello che l'IA gli dice. Per questo la reputazione digitale è un fattore competitivo importante, che vale più dei click, più della visibilità, perché determina la propensione o meno all'acquisto. Ma la reputazione non si compra, non si finge, non si improvvisa. Si costruisce, con attenzione, coerenza, continuità, trasparenza, etica. Fare un buon prodotto non basta se gli altri non lo sanno e se non ti considerano affidabile. Sono ancora poche le aziende che hanno sviluppato una cultura della reputazione e capiscono l'importanza di un adeguato comportamento nella loro presenza on line, chi si muoverà prima raccoglierà frutti più ricchi, chi non lo farà sarà condannato alla marginalità.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

003600-1T00DC