

CONTATTI



Home / Recensioni

Platform brand: come ripensare l'esperienza di marketing

GIOVEDÌ, 21 NOVEMBRE 2019 **B2** LA REDAZIONE RECENSIONI 0 COMMENTI

Facebook Twitter Stampa LinkedIn Più...

Parlare di **Platform Brand** rappresenta un punto cruciale per le aziende che si focalizzano nella logica dell'apprendimento continuo e del ripensare le esperienze di marketing nell'era digitale. Un simile approccio, da un lato è da correlare alla Customer experience, all'interazione continua con i clienti e al ruolo centrale di big data, dall'altro richiede un forte cambiamento nel mindset.

Quali sono i Brand vincenti? Quali sono le principali peculiarità, che contraddistinguono le aziende che si trasformano in piattaforme esperienziali? Per approfondire queste tematiche, vale sicuramente la pena leggere il nuovo libro di **Alberto Maestri**, edito da FrancoAngeli, dal titolo "**Platform Brand**".

A nostro avviso, l'autore, è riuscito perfettamente nell'intento di tracciare un identikit dei **Brand Platform** e del cambiamento dei paradigmi del marketing. Trasformazioni, che devono spingere i

BUY ONE GET ONE FREE

PROMOZIONE PER IL LANCIO

Acquista **Appunti di Controllo di Gestione per PMI – Vol 1**, avrai in omaggio il Vol 2

offerta valida:
18 – 24 Novembre 2019

acquista subito

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

- IMPRESA**
40 modelli excel gratuiti per il tuo business
 MER, 26 SET
- IMPRESA**
RAE e SAE: che cosa sono e come si ottengono online
 GIO, 30 NOV
- IMPRESA**
Giorni dilazione pagamento: calcolo del DSO
 VEN, 24 NOV
- IMPRESA**
Condividere e lavorare contemporaneamente un file excel
 SAB, 30 SET
- IMPRESA**
Il costo del venduto: che cos'è e a cosa serve [esempi pratici]
 MER, 25 LUG

brand cambi di **mindset** e all'assimilazione degli **imperativi** delle piattaforme esperienziali.



Alberto Maestri

PLATFORM BRAND

RIPENSARE L'ESPERIENZA DI MARKETING
NELL'ECONOMIA DIGITALE

FRANCOANGELI

IMPRESA, COMUNICAZIONE, MERCATO - NUOVA SERIE

COLLANA DIRETTA DA VANNI CODELUPPI



Ricorda: La trasformazione digitale ha poco di tecnologico e tanto di mindset e capacità di leadership. Senza comprendere il cambiamento, è difficile progettare come muoversi.



Come evolvono le aziende nell'era digitale

L'impatto della **digital transformation** è sotto gli occhi di tutti: cambiamenti, evoluzioni e innovazioni sono continui e inarrestabili.

I Brand non hanno il tempo di fermarsi ma devono guardare avanti.

Come?

Sperimentando di continuo e apportando interventi correttivi o anche repentini cambi di rotta. Infatti, **Alberto Maestri**, sottolinea come questi siano temi molto dinamici, destinati a variare nel tempo con novità, evoluzioni e involuzioni. Questo il motivo, che lo ha portato a scrivere un libro coinvolgendo altri autori (Alessandro Giaume, Mauro Lupi, Italo Marconi, Rossella Munafò, Giuseppe Mayer e Joseph Sassoon) per favorire una rappresentazione più completa e arricchita di molti esempi pratici, frutto di esperienze specifiche.

Una guida preziosa che fa riflettere e pensare su un dato di fatto: le marche devono diventare **Platform Brand**. Occorre ripensare il modo tradizionale di fare marketing, e comunicazione.

La strada seguire è quella dell'interazioni con i clienti e dell'analisi dei dati, che emergono negli step dei **customer journey**. Il valore da ricercare sta nella **customer experience** e all'effetto leva che può garantire il marketing delle piattaforme.



Ricorda: Le aziende-piattaforma non basano il proprio

RECENSIONI



Soluzioni di Content marketing pronte all'uso



Smart working strategia in 12 mosse a cura di Umberto Santucci [Recensione]



Growth Hacker - Mindset e strumenti per far crescere il tuo business



Da Brand a Friend: nuove strategie per fare business online



Digital entrepreneur: strategia e pratica per startup



I NOSTRI PRODOTTI PIÙ VENDUTI

Excel - Il calcolo Tabellare - Vol 1 - Nozioni fondamentali

★★★★★
€19,00



Controllo di gestione in pratica - Seconda Edizione - 2017

€23,00



Excel - Il calcolo Tabellare - Vol 2 - Matrici e formule matriciali

★★★★★
€19,00



Applicazioni Aziendali Excel

€19,00



Tabelle Pivot Excel: analisi e performance

★★★★★
€9,99



La gestione della tesoreria aziendale con Excel

€12,00



successo sull'accumulo di risorse; rimangono leggere, caratterizzate da un design e da una progettazione capace di facilitare l'interazione tra gli attori che le vivono e che vivono l'ecosistema attraverso filtri più e meno robotizzati.



Nel libro **Platform Brand**, vengono evidenziate le caratteristiche distintive, che devono possedere le organizzazioni. Tutto si basa sul fatto che i Brand devono essere capaci di innescare e mobilitare player diversi. Tutta questa spinta dinamica deve focalizzarsi sull'ottenimento dei seguenti vantaggi e benefici:

- 1) **accelerare** la creazione di opportunità e crescita;
- 2) **ridurre** il rischio e i costi operativi;
- 3) **ottimizzare** l'investimento in capitali e risorse;
- 4) **scalare** rapidamente processi di apprendimento e conoscenza.

Un nuovo mindset per le attività di marketing

Un altro aspetto interessante che **Alberto Maestri** fa emergere è quello che il Marketing di oggi deve essere sempre più orientato alle **esperienze e alla condivisione**.

Due elementi chiave su cui, le aziende devono puntare forte. Infatti, *"le esperienze devono essere considerate la nuova valuta di scambio tra le persone e con i brand"*.

E' una questione di condivisione perché attraverso le esperienze dei clienti e delle persone, le aziende fanno interazione e trasmettono un senso di community, grazie al supporto delle piattaforme.

Come si diventa Platform Brand

Alberto Maestri trasmette un messaggio chiave: *diventare platform brand non è un percorso semplice, né immediato. Le aziende che si muovono all'interno del paradigma sono innovatrici e coraggiose.*

Nel libro sono indicati e descritti molto dettagliatamente **11 imperativi dei Platform Brand** di successo, come ad esempio:

- Dalla customer experience all'employee experience
- Dai consumatori isolati alle community esperienziali di co-creatori
- Dalla supremazia narrativa alla democrazia dell'ecosistema
- Dalla creatività al dato come abilitatore di nuovo valore
- Dal customer development all'ecosystem development
- Dallo user-centered design al relationship-centered design, passando per i centauri

- Dagli UGC agli AIGC
- Dai touch point ai trust point
- Dalle campagne di marketing alle piattaforme di entertainment
- Dal marketing dell'esperienza all'automation theater
- Dalla vendita come obiettivo alla vendita come driver.

Come potete percepire, i suddetti punti necessitano un forte cambio di mindset e secondo Alberto Maestri, *possono rappresentare un prezioso metro per misurare gli sforzi intrapresi verso l'innovazione di marketing e il platform thinking.*

Quale futuro per il marketing

La parte finale del libro, è dedicata a una serie di riflessioni e suggerimenti da seguire per evolvere verso un marketing più innovativo e orientato al futuro.

Pensieri condivisibili e che indirizzano soprattutto verso le **relazioni continue con l'audience**, che deve sentirsi parte attiva; l'altro punto fondamentale è rappresentato dalla **gestione dei big data**: occorre costruire un sistema integrato, finalizzato a migliorare nel tempo la relazione con i nostri utenti.

Brand Platform è guida decisamente innovativa, che grazie all'approccio dinamico e dalle continue riflessioni può contribuire ad aiutare a **muovere passi decisi** verso quel **cambio di mindset** fondamentale ed essenziale per innescare il **processo di trasformazione** di un brand e catapultarlo nella logica del brand Platform.

TAGS [BIG DATA](#) [CUSOTMER EXPERIENCE](#) [CUSTOMER JUNEY](#) [DIGITAL ERA](#) [PLATFORM BRAND](#)

« ARTICOLO PRECEDENTE

[Creare un grafico a mappa in excel](#)

B2

La Redazione

La redazione di B2corporate è formata da un team di professionisti operanti in diversi settori. Lo scopo è quello di proporre periodicamente tematiche orientate al mondo business e in particolare a supporto di consulenti e PMI. Spunti e idee per migliorare l'attività quotidiana o per diffondere nuovi trend. Opportunità per i Brand per creare strategie di content marketing e distribuzione di contenuti. La redazione opera secondo l'idea del web collaborative magazine e pertanto voi stessi indirettamente potete diventare redattori promuovendo i vostri articoli e business.

