



Marketing non convenzionale

Viral, Guerrilla, Tribal
e i 10 principi fondamentali
del marketing postmoderno

Prodotto da
Maurizio Saba



Alex Giordano e Mirko Pallera
sono docenti Marketing Innovativo presso
l'Accademia di Comunicazione di Milano
e tengono interventi formativi di
Marketing Creativo in Master di alta formazione
manageriale presso l'Università Bocconi,
l'Università di Salerno, l'Università di Urbino,
l'Universidad de la Habana

SPONSOR BY



grafichiamo
COMUNICAZIONE & MARKETING

Global
SCREEN

La Sacra Scuola del Marketing Non-Convenzionale



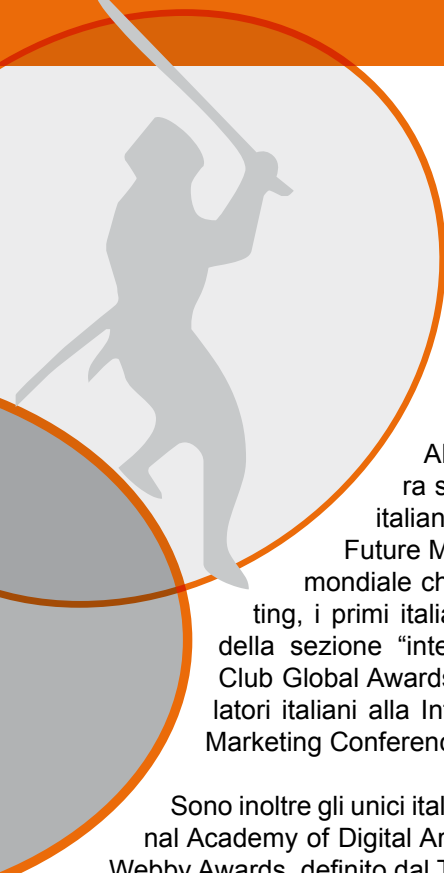
venerdì

14
DICEMBRE
ORE 9.00
**PALAZZO
DELLE
SCIENZE**

AULA XV

C.SO ITALIA, 55
CATANIA





NinjaMarketing.it è il primo blog/osservatorio sul marketing non-convenzionale, situato in un "Covo" nascosto alle porte della Costiera Amalfitana.

Alex Giordano e Mirko Pallerà sono gli unici professionisti italiani presenti nella giuria del Future Marketing Awards, il premio mondiale che celebra il nuovo marketing, i primi italiani ad entrare nella giuria della sezione "interactive" dell'Art Directors Club Global Awards di New York, gli unici relatori italiani alla International Word-of-Mouth Marketing Conference di Barcellona.

Sono inoltre gli unici italiani membri dell'International Academy of Digital Art di New York e giurati dei Webby Awards, definito dal Times l'Oscar del Web.

È appena uscito il loro libro dal titolo "Marketing Non Convenzionale" per "I tipi" de IlSole24Ore scritto con il francese Bernard Covà, considerato il massimo esponente della scena mondiale in campo di Marketing contemporaneo.

10 Principi Fondamentali

- 1 Dal Brand DNA al Viral DNA**
Progetta la natura virale del tuo brand, prima di ogni cosa.
- 2 Dai Target alle Persone**
Non ci sono target da colpire, ma persone con cui risuonare.
- 3 Dagli Stili di Vita ai Momenti di Vita**
Esci dall'ufficio ed entra nelle tribù e nei loro momenti di vita.
- 4 Dalla Brand Awareness alla Brand Affinity**
Non puoi piacere a tutti. Scegli e alimenta le tue affinità.
- 5 Dall'Advertising all'Advertainment**
Non cercare di persuadere, ma diverti e stimola la conversazione.
- 6 Dalla Brand Image alla Brand Reputation**
Non costruirti un'immagine, conquistati una buona reputazione.
- 7 Dal Media Planning al Media Hunting**
Cambia il tuo media planner con un "cool hunter" della comunicazione.
- 8 Dal Broadcasting al Narrowcasting**
Non ci sono solo i mezzi di massa, pensa a quanto è lunga la coda.
- 9 Dal Market Position al Sense Providing**
Non cercare un posizionamento sul mercato, ma il tuo senso nella società.
- 10 Dal Fare Comunicazione all' Essere la Comunicazione!**
Quello a cui devi sempre aspirare è la coerenza dall'inizio alla fine.