



Il fascino del marketing di oggi è che cerca veramente di risolvervi i problemi

La definizione di "Prodotto" che io preferisco è "Soluzione di un problema". Legato ad un bisogno, desiderio o capriccio che sia, è pur sempre un problema da risolvere.

Il vecchio marketing i problemi li creava: un esempio attuale di vecchio marketing è quello del vaccino contro la nuova influenza. Un bidone che ha fruttato cifre da PIL.

Oggi invece si pensa realmente a migliorare la vita delle persone. Di più: delle persone, quando stanno insieme tra loro, dei gruppi di appartenenza meglio definiti "Tribù" dalla scuola del [Marketing Mediterraneo](#)

L'individuo si riscopre parte di una società, ben distinto in essa, sia ben chiaro, ma appartenente ad essa. E sono sempre più desiderati i prodotti che gli permettono di godere di tutta la rete di relazioni che si è ormai costituito. Le amicizie fuori dal monitor come quelle intrecciate attraverso la rete. C'è chi le chiama virtuali, ma ancora non riesco a capire cos'abbia di virtuale un'amicizia in rete

Il grande [Mirko Pallera](#) scrive: «interpretare i bisogni e i desideri profondi della società, oltre che del singolo.»
Sottoscrivo

Ma parliamo realmente o di pura teoria?

I prodotti che hanno sbancato questo natale sono stati l'iPhone ed il Netbook. Due oggetti utili per entrare, e mantenere vivo, il contatto con altre persone. I siti più interessanti sono quelli che si assimilano ai social network quindi dove le persone partecipano, forniscono opinioni e ne leggono dai loro "pari", cioè da persone come loro, persone di cui si fidano. "Pari" come l'inglese "peer" è un altro dei vocaboli riscoperti in questi tempi. Molto democratico, non c'è che dire.

Ah, i telegiornali (e qualche centinaio di blog) oggi parlano dell' [IPad](#) . Commenti?

Marketing e soluzioni

Di Andrea Riccio

Martedì 02 Febbraio 2010 13:51

E le aziende, allora? No, loro "pari" non possono essere. Non vale. Sono in tutto diverse dalle persone. Non si devono mettere sullo stesso piano, un po' come i genitori con i figli. Non devono essere "amici", sarebbe falso. E infatti non si mettono sullo stesso piano, ma sotto!!! Sì, le migliori si mettono a disposizione per lo scambio d'informazioni sui loro pornmobile.online prodotti, traendone tutta la creatività che non una, ma tante persone possono possedere. Si affidano alla

[crowdsourcing](#)

, l'evoluzione dell'outsourcing, che trae non solo dall'esterno, ma da una folla esterna tutta la creatività necessaria. Che potenza.

Mettono anche a rischio la loro immagine perché non si può certo censurare un giudizio negativo, fastidioso ma prezioso, mentre un complimento è piacevole ma sterile. Mi viene in mente De André: "Dai diamanti non nasce niente, dai letame nascono i fiori".

Che i tempi siano cambiati lo sappiamo. Il bello è che sono cambiati ancora.

Buona soluzione a tutti.

www.ilriccio.eu