

# CLUB del Marketing e della Comunicazione

Il primo quotidiano on line per la mar-com e business community Da lunedì 13 febbraio il Marketing Journal, sul web da sette mesi, diventa ufficialmente un quotidiano on line, rivolto prevalentemente ai manager della comunicazione e del marketing. I numeri ne hanno decretato il successo: ben 20mila lettori-manager, come media giornaliera, (con punte di 24mila il lunedì e il martedì) e i numeri tendono a crescere settimana dopo settimana. Marketing Journal, all'indirizzo [www.marketingjournal.it](http://www.marketingjournal.it), è un quotidiano di marketing, comunicazione, editoria ed economia, promosso e patrocinato dal Club del Marketing e della Comunicazione. \*È un giornale pratico, consultabile rapidamente e soprattutto utile. È figlio delle nuove tecnologie, parla, ascolta e riporta alla classe dirigente contemporanea e futura. Seleziona notizie con particolare riferimento ai nuovi trend ed agli scenari internazionali, comunica e informa in modo diretto, efficace e sintetico, favorisce una lettura veloce ma al tempo stesso completa e puntuale, senza inutili prolissità, con conseguente risparmio di tempo, risorsa vitale per ogni manager. Gli articoli, brevi, sono scanditi in sezioni e in rubriche ben definite, volte a creare spunti di riflessione, a captare le tendenze e le mode che nascono e quelle che si affermano, a segnalare nuovi orizzonti fra i mercati, a diffondere una cultura di marketing e di comunicazione indicando tecniche e strategie alternative e non convenzionali, a scoprire prodotti e servizi innovativi, a segnalare gli eventi più significativi del settore. I contenuti si alternano tra inchieste sulle tendenze di mercato, interviste ai protagonisti italiani ed internazionali del settore, ricerche o sondaggi socio-economici, profili di manager ed imprese, focus sulle evoluzioni del marketing e della comunicazione in tutte le loro declinazioni e tipologie, studi psicologici e sociologici sugli stili di vita e comportamenti d'acquisto, recensioni di riviste e libri specializzati, reportage di case-history significativi, servizi di approfondimento con il parere degli esperti. "Si tratta di una iniziativa che riscuote ogni giorno crescenti consensi" - sottolinea Danilo Arlenghi, presidente del Club del Marketing e della Comunicazione - "il nostro pubblico è composto sia da lettori maschili sia femminili, tutti professionisti, dirigenti d'aziende o di agenzie, imprenditori, consulenti, docenti, giornalisti ed addetti ai lavori. Il Marketing Journal è il loro strumento. È un giornale che parla e ascolta, una nuova voce nel panorama dell'informazione, sempre

## È nato Marketing Journal.

Di

Mercoledì 15 Febbraio 2006 17:21

---

preferibile al silenzio, poiché genera conoscenza e cultura". \*Il Club del Marketing e della Comunicazione, nato a Milano otto anni fa, da una idea di Danilo Arlenghi, attuale Presidente Nazionale e fondatore insieme ad altri 50 manager, è una libera associazione apolitica e asindacale, che annovera più di settemila consulenti, docenti, professionisti e manager del comparto Marketing e Comunicazione di agenzie ed aziende italiane o internazionali. Il Club è senza dubbio il più grande network relazionale italiano del settore con 12 sedi su tutto il territorio nazionale rappresentanti di tutte le regioni. Ha per mission connecting-manager e il principio ispiratore è "agire è bene, interagire è meglio!"

[www.clubdelmarketingedellacomunicazione.com](http://www.clubdelmarketingedellacomunicazione.com)  
info@clubdelmarketingedellacomunicazione.com  
tel./fax 02/2610052 Per invio comunicati: [www.marketingjournal.it](http://www.marketingjournal.it) - e-mail:

redazione@marketingjournal.it - tel./fax 02/2610052 Per informazioni: Resp. Ufficio Stampa

Club del Marketing e della Comunicazione Soemia Sibillo e-mail:

ufficiostampa@clubdelmarketingedellacomunicazione.com - cell. 349.6019885