

Marketing blog Playoffs 2007

I blog sono un fenomeno che ha caratterizzato la fase di maturità della rete internet di questi ultimi due anni. Sono un fenomeno sociale, ed al tempo stesso elitario, che nasce dalla volontà di condividere pensieri, progetti e professionalità ma anche emotività ed elementi della personalità. Fortunatamente non sono più un fenomeno nuovo e come ogni caratteristica della rete che si svezza e prende consapevolezza di se stessa, inizia a verticalizzarsi come a ricercare nuove personalità dando vita a distinte comunità di utenti. Distinti segmenti - come direbbe il marketing - uniti dalla volontà di apprendere e conoscere di più circa un determinato argomento, attraverso la condivisione ed il dono di informazioni e competenze. I blog sono una tipica applicazione del Web 2.0, del web maturo che non ha timore di mettere in campo l'elemento socializzante e di fondare su di esso la sua incredibile diffusione. In un magazine di comunicazione e marketing non potevamo non dare spazio ad una iniziativa sviluppatasi in rete e che lega il mondo e la comunità dei marketing blogs. Marketing Playoffs 2007 è una iniziativa mutuata dal più maturo mercato americano: un Blog Marketing Challenge che vede protagonisti i principali blog di marketing, e quindi gli individui che ad essi danno vita, in una "sfida all'ultimo post". Ma è principalmente una occasione, per tutti coloro che scrivono per passione di marketing e comunicazione - a tutti i livelli -, di confrontarsi con nomi nuovi o con promettenti giovani; di attingere a nuove risorse e di aumentare il valore del proprio network. Ma è soprattutto una occasione per tanti appassionati giovani di ottenere visibilità, di farsi leggere ed apprezzare da chi - probabilmente appartenente alla generazione precedente - si confronta con il vero marketing tutti i giorni, prende decisioni, commette errori ed abbisogna continuamente di spunti e nuove idee. Una vetrina disimpegnata e deresponsabilizzata in cui il piacere di parlare di marketing, il tono ed il linguaggio usato creano una costruttiva occasione di confronto. L'iniziativa, lanciata da [Mini]Marketing, una delle menti più lucide e meno autoreferenziali della marketing community italiana, vede quasi completato il calendario dei partecipanti e di tutti coloro che tra giurati o sponsor hanno voluto fare di questo evento un happening concreto: il più lontano possibile dalle logiche proprie delle PR e possibilmente più vicino a quelle subculture in cui si sperimenta attraverso il gioco. Vedremo come andrà a finire, intanto potete seguire l'evento, ancora nelle sue fasi iniziali, qui e qui e magari dare il vostro contributo ... WE'RE OPEN.