

# Il Web ribalta il marketing e la comunicazione

Di **Gerry McGovern**

20 luglio 2009

Articolo originale:

**Web turns marketing and communications on its head**

<http://www.gerrymcgovern.com/nt/2009/nt-2009-07-20-web-turns-marketing.htm>



Foto: [KayVee.INC](#), [Daquella maniera](#)

**Il marketing tradizionale e la comunicazione significano far fare cose alla gente, Il Web marketing e la comunicazione Web significano aiutare le persone a fare le cose.**

"Se non ti piace un particolare annuncio sullo schermo, basta buttarlo nel cestino, ma se lo hai trovato interessante o utile, perché non lo condividi con i tuoi amici; questa sembra essere la nuova formula per la pubblicità per Digg e ora anche Orkut",

scriveva Amit Agarwal di Digital Inspiration, nel giugno 2009.

"I banner tradizionali e persino la pubblicità contestuale (come AdSense) non stanno funzionando affatto su siti di social news, per cui aziende web come Facebook e Digg stanno cercando metodi più innovativi per far passare il messaggio pubblicitario verso i loro utenti senza infastidirli", continua Agarwal.

Secondo un articolo di luglio della rivista Revolution, "Nel Regno Unito è risultato che il 68 per cento degli utenti di Internet hanno fiducia nelle opinioni dei consumatori online, mentre solo il 58 per cento ha dichiarato avere fiducia nel marchio del sito". L'articolo fa riferimento anche ad un sondaggio di Harris Interactive, che ha rilevato che "il 46 per cento degli utenti internet degli Stati Uniti dicono di ignorare i banner pubblicitari ed appena l'uno per cento che trova utili i banner nel prendere una decisione di acquisto".

Un recente studio di Nielsen ha rilevato che, "Le raccomandazioni personali e le opinioni pubblicate online sono la forma più affidabile di pubblicità tra gli utenti Internet in tutto il mondo".

Gli inserzionisti e gli editori in realtà stanno combattendo contro il web; sembra che non riescano a farlo funzionare, questi annunci web semplicemente non sono efficaci come la pubblicità in TV, radio e stampa. È davvero questo il problema? Forse il problema è che la pubblicità moderna e la comunicazione sono un castello di carte che il Web sta schiacciando.

Perché? Perché il Web è misurabile. Per la prima volta, si può veramente vedere quanto sia efficace la pubblicità e la comunicazione. Non ha forse detto un celebre inserzionista che la metà della loro pubblicità aveva funzionato, solo che non sapeva quale metà? Ora si può sapere. Forse si scoprirà che molto meno della metà è stata efficace.

Le organizzazioni stanno cercando di trovare nuovi modi per promuovere e comunicare. Nuovi modi per scombinare, interrompere e disturbare. Nuovi modi per prenderci per il braccio e gridare nelle nostre orecchie quanto sono meravigliosi e quanto abbiamo bisogno dei loro prodotti e servizi.

Ai pubblicitari e comunicatori hanno insegnato a pensare come addestratori di cani. Il cane è il cliente e gli deve essere fatto fare ciò che il padrone (l'organizzazione) vuole che faccia. Questo marketing e questa comunicazione di vecchia scuola non funzionano così bene sul web.

Per avere successo sul web abbiamo bisogno di cambiare la nostra mentalità: da vedere noi stessi come maestri, a vedere noi stessi come apprendisti. Il cliente è il padrone e noi abbiamo bisogno di imparare ciò di cui hanno bisogno di fare ora ed aiutarli a farlo. Il cliente Web è mirato, diretto, orientato all'azione. Loro sono in viaggio e dobbiamo prima di tutto aiutarli a raggiungere la loro destinazione. Dopo e solo dopo abbiamo qualche possibilità di proporre loro l'idea di intraprendere un nuovo viaggio.

I buoni pubblicitari e comunicatori Web sono loro stessi allievi dei propri clienti.

## Gerry McGovern

Ttraduzione di **Marco Dini**

### Immagine iniziale derivata da:

Autori:  
**KayVee.INC**  
**Daquella manera**

Immagini originali:

<http://www.flickr.com/photos/kayveeinc/2979590180/>

Licenza d'uso CreativeCommons: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/2.0/deed.it>

<http://www.flickr.com/photos/daquellamanera/2986634616/>

Licenza d'uso CreativeCommons: <http://creativecommons.org/licenses/by/2.0/deed.it>