

Rotary

Club Milano San Babila



NOTIZIARIO n° 7

DR. SILVIO SANTINI

Da Carosello allo storytelling. Le marche alla conquista del consumatore digitale



La serata si preannuncia molto ricca di partecipanti infatti siamo in Interclub con i nostri giovani del Rotaract con, il non trascurabile vantaggio, di abbassare l'età media dei presenti. In apertura di serata, il Presidente Andrea saluta i presenti e ricorda il prossimo appuntamento durante il quale ci farà un breve resoconto della settimana passata con i pazienti affetti da Sclerosi Multipla e, a seguire, Costa e Patrone ci illustreranno il programma eventi e le azioni di pubbliche relazioni.

Dopo la cena, il Presidente del Rotaract saluta a sua volta i presenti ed esprime la sua soddisfazione per la riuscita della serata che senz'altro dovrà ripetersi.

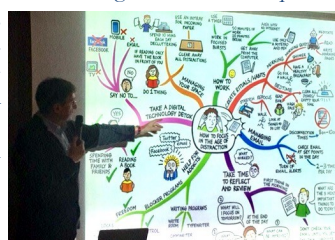


Ed ecco che la parola passa al nostro relatore, del quale tutti noi abbiamo già ricevuto il curriculum. Il relatore esordisce osservando che la sua relazione sarà un ponte tra passato e futuro, attraversando il presente: la conferenza di questa sera sarà, pertanto, una passeggiata lungo l'asse dei tempi. E così si parte dai tempi del glorioso Carosello che, a quelli dell'età di chi sta scrivendo, ricorda anni lontani di gioventù. E' molto difficile trovare una comunicazione valida per tutte le epoche. Alcuni filmati ci riportano agli

anni Cinquanta: una giovanissima Mina canta e ancheggia, esaltando in modo convincente e accattivante una gloriosa pasta, presentata come una pasta per famiglie. L'Azienda produttrice, però, deve rapidamente convertirsi per l'esportazione negli USA, dove, infatti la famiglia può essere "diversa".

In altre parole, la pubblicità non è solo pilotata dall'azienda, ma spesso è il consumatore che ne detta modi e criteri. La pubblicità, quindi, è sempre in evoluzione: l'archetipo del consumatore che riposa comodamente in poltrona, davanti alla TV sgranocchiando patatine, ormai non esiste più e la pubblicità deve rifarsi ad altri schemi. In particolare, oggi, è presente una grandissima dispersione: oggi i mezzi sono moltissimi, mentre in passato c'era un unico canale televisivo e tutti guardavano solo quello.

Il digitale, poi, ci ha trasformati tutti in creativi: tutti noi fotografiamo, scariamo, postiamo, elaboriamo: produciamo contenuti e li esportiamo in tutto il mondo. Il digitale, poi, ha trasformato il mondo: oggi vale solo chi "è connesso" e tutti noi abbiamo ben presente il



"dramma" di quando perdiamo il cellulare.

Si arriva allo stress da offerta: basta guardare qualunque negozio per essere sommersi da informazioni, soprattutto in forma di immagini.

La conferenza, particolarmente interessante, è completata da una carrellata di messaggi pubblicitari che esemplificano con efficacia quanto è stato detto: la componente digitale è fortissima e consente di farsi il prodotto personalizzato ed atto a fidelizzare il cliente, che, così, diventa promotore del prodotto.

Edoardo Rovida

SAVE THE DATE

MARTEDÌ 18 OTTOBRE
NH President - Largo Augusto, 10
Ore 20:00

Andrea CAMERINO
Resoconto progetto pilota SM
Riccardo COSTA—Paola PATRONE
Presentazione Programma Eventi
e Pubbliche Relazioni

E' PARTICOLARMENTE GRADITA
LA PRESENZA DI CONSORTI E OSPITI