

Mobile marketing e social marketing

Le tecnologie per l'informatica mobile e le applicazioni del *Web 2.0* hanno consentito alle aziende di sviluppare forme di **marketing non convenzionale** attuato mediante strategie promozionali che sfruttano metodi di comunicazione, con i potenziali clienti, diversi dai classici sistemi pubblicitari.

Questo tipo di marketing si presenta con due aspetti:

- **Mobile marketing**, realizzato attraverso specifiche applicazioni per i dispositivi *iPhone* e *iPad* (sistema operativo *iOS*), oppure per gli smartphone e i tablet basati sul sistema operativo *Android*.
- **Social marketing**, basato sull'uso dei social network *Facebook* o *Twitter*.



Le caratteristiche principali sono:

- puntare non solo sulla comunicazione con i clienti e i consumatori, ma soprattutto sul loro coinvolgimento personale;
- trasmettere i messaggi pubblicitari con tempi rapidi nella diffusione e nell'aggiornamento;
- assegnare una importanza primaria al *passaparola* tra i consumatori;
- sfruttare strumenti e modalità che gli utenti già usano abitualmente per la comunicazione interpersonale;
- favorire la partecipazione di un grande numero di utenti, perché le interfacce dei social network sono facili da usare, avendo poche e semplici funzionalità.

Nel marketing non convenzionale gli utenti diventano soggetti attivi, che partecipano in prima persona alla produzione e alla diffusione di informazioni, spesso aggiuntive rispetto a quelle fornite dalle aziende.

Un esempio di strumento, molto diffuso ed efficace, è rappresentato dalla creazione della **pagina Facebook aziendale**, dove vengono presentati prodotti, servizi e novità e nello stesso tempo vengono raccolte le richieste o le osservazioni dei consumatori, stimolando anche la partecipazione e l'espressione di opinioni da parte di altri.

La presenza dell'azienda nei *social network* abilita un vero dialogo con i clienti e crea una *community* di persone interessate.

facebook Ricerca



INTESA SANPAOLO

SERVIZIO CLIENTI

Attivo dal lunedì al venerdì dalle 8.00 alle 22.00 e il sabato dalle 9.00 alle 15.00

www.intesasanpaolo.com

Bacheca

- Info
- Attività degli amici
- Servizio Clienti
- Sicurezza
- Faq
- Netiquette
- Privacy
- Eventi

Intesa Sanpaolo Servizio Clienti Mi piace

Banca/Organismo finanziario · Torino

Bacheca Intesa Sanpaolo Servizio... · Tutti (più recente) ▾

Condividi: Post

Scrivi qualcosa...

Riccardo

Ciao, domani mattina andrò a Londra e vorrei sapere quali sono i costi e le commissioni per prelevare agli sportelli ATM in valuta locale. Grazie.

Mi piace · Commenta · 2 ore fa · 👤

Intesa Sanpaolo Servizio Clienti Ciao Riccardo. Per i prelievi disposti con la carta bancomat all'estero è prevista una commissione fissa ...

[Visualizza altro](#)
circa un'ora fa · Mi piace

Intesa Sanpaolo Servizio Clienti

Dal 3 novembre a Milano aprono le Gallerie di Piazza Scala. In mostra anche le opere più significative della collezione d'arte di Intesa Sanpaolo. Oggi apertura straordinaria dalle 20.30 all'1.00.


👍 Mi piace · Commenta · Condividi · 2 ore fa · 👤

👍 A 11 persone piace questo elemento.

Sandra

se dovessi aver dimenticato nome utente e password della mia carta

facebook Ricerca



Bacheca

Info

- Attività degli amici
- Audi Q3 Trans China Tour
- HomePage
- Sports & Events
- Youtube
- Future Mobility
- Q3 Audi Q3
- ALTRO ▾**

Informazioni


Benvenuti nella pagina ufficiale di Audi Italia. Seguite e commentate gli a...

Mostra tutto

Piace a **106.855** persone

Audi Italia Mi piace

Prodotto/Servizio



Informazioni di base

Informazioni Benvenuti nella pagina ufficiale di Audi Italia. Seguite e commentate gli aggiornamenti. Info e dettagli su prodotti e servizi su <http://www.audi.it/>

Informazioni generali Nel darvi il benvenuto nella pagina ufficiale Facebook di Audi Italia comunichiamo a tutti gli iscritti e ai contributori della pagina che questo spazio virtuale nasce per essere un luogo di aggregazione e condivisione per simpatizzanti, fan e possessori di auto del marchio Audi. Uno spazio in cui il brand comunicherà alcune delle notizie principali che riguardano il proprio mondo e le attività in... [Visualizza altro](#)

Missione All'avanguardia della tecnica.

Prodotti

- A1
- A3, A3 Sportback, A3 Cabriolet, S3, S3 Sportback
- A4 berlina, A4 Avant, A4 allroad quattro, S4 berlina, S4 Avant
- A5 Coupé, A5 Sportback, A5 Cabriolet, S5 Coupé, S5 Sportback, S5 Cabriolet, RS 5 Coupé
- Nuova A6 berlina, Nuova A6 Avant, A6 allroad quattro, S6 berlina, S6 Avant, RS 6 berlina, RS 6 Avant
- A7 Sportback
- A8, A8 L, A8 L W12
- Q3
- Q5
- Q7, Q7 V12 TDI quattro
- TT Coupé, TT Roadster, TTS Coupé, TTS Roadster, TT RS Coupé, TT RS Roadster
- R8, R8 Spyder, R8 GT, R8 GT Spyder

Sito Web <http://www.audi.it>

Un secondo esempio è l'inserimento del pulsante **Mi piace** (in inglese *Like*) nelle pagine Web del sito aziendale: l'utente che visita il sito può fare clic sul pulsante, incrementando un contatore che fornisce un'idea immediata del gradimento da parte degli utenti e attivando automaticamente un link nella bacheca *Facebook* che sarà visibile a tutti gli amici dell'utente. In questo modo si realizza un **passaparola elettronico** su prodotti, notizie o spot pubblicitari.



Si osservi che gli *smartphone* possiedono applicazioni standard per la **geolocalizzazione** del dispositivo: questo può consentire una personalizzazione del messaggio pubblicitario o la comunicazione di informazioni mirate, sulla base della residenza o della posizione geografica dell'utente al momento della connessione.

Queste modalità di marketing portano con sé anche rischi per la protezione della **privacy**, perché le applicazioni per *smartphone* o per *social network* possono raccogliere, in modo nascosto, dati sulla vita privata delle persone (contatti, posizione geografica, abitudini di consumi e comportamenti, oppure dati relativi alla salute e alla vita di relazione).