

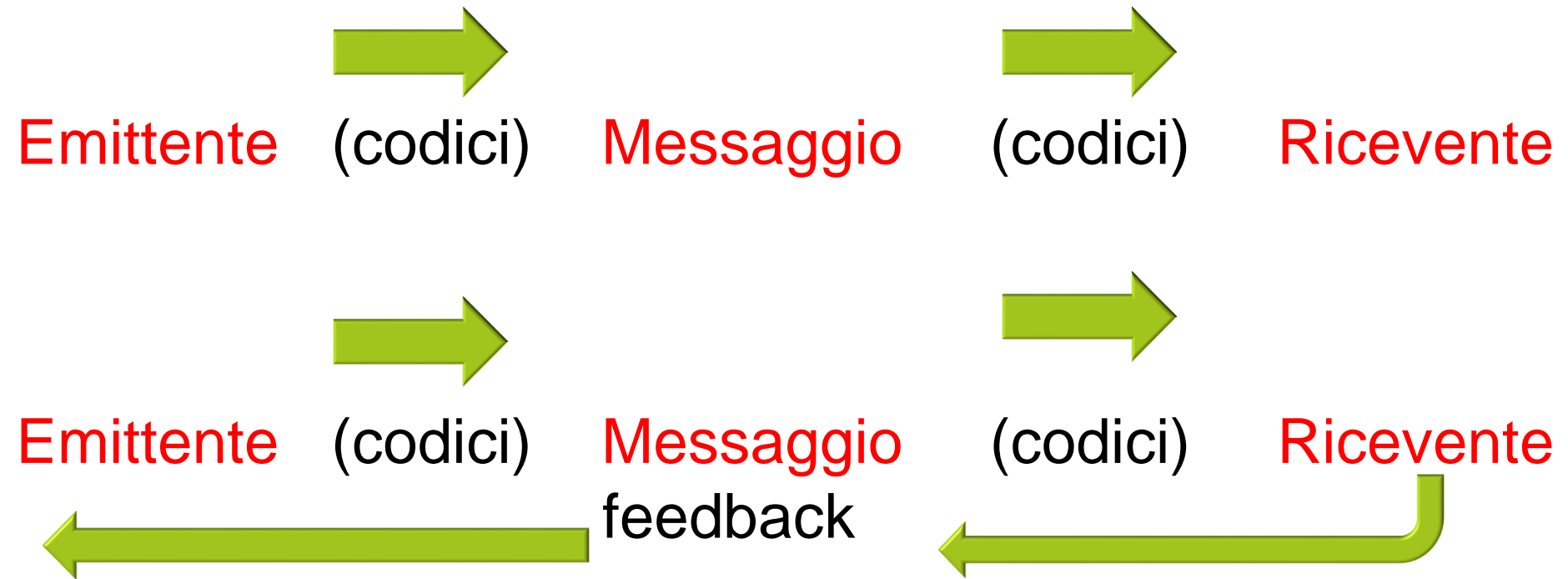
DIGITAL MARKETING: leva del business

Antonio Mileti – Università del Salento

Tendenze in atto:

- ▣ **globalizzazione**
- ▣ sistemi di **pagamento**
- ▣ **sicurezza**
- ▣ progressi **ICT**
- ▣ **alfabetizzazione** digitale
- ▣ distribuzione e comunicazione **integrate**
- ▣ effetto **Amazon**
- ▣ problematiche **gd/do** in chiave digitale
- ▣ evoluzione del **Direct Mrktg**

ribaltamento nel paradigma di comunicazione:



digital marketing



promuovere
prodotti e servizi
utilizzando canali
di **distribuzione**
digitale,
raggiungendo e
interagendo con
un target *mirato*,
con risultati
misurabili

digital marketing

- attività di comunicazione e distribuzione
- usa strumenti digitali
- sviluppa campagne integrate
- targhetizza
- genera risultati misurabili
- crea relazioni interattive
- genera valore nel tempo

I nuovi paradigmi:

- ▣ da comunicazione **one to many** a **many to many**
- ▣ on **demand**
- ▣ **alfabetizzazione** digitale
- ▣ distribuzione e comunicazione **integrate**
- ▣ problematiche **gd/do**
- ▣ effetto **Amazon**

Gli strumenti:

- ▣ Sito web
- ▣ Social Network
- ▣ Blog
- ▣ Siti Q&A
- ▣ Piattaforme digitali



Digital MRKTG: croce e delizia 1

Interagite e non Sottovalutate

I mezzi tradizionali di comunicazione



Digital MRKTG: croce e delizia 2

Siate CREDIBILI

▣ Attractiveness

▣ Expertise

▣ Trustworthiness



Grazie dell'attenzione

Antonio Mileti

PhD, MSc, Assistant Professor of Marketing and Business Management
Department of Management and Economics, University of Salento

Antonio.mileti@unisalento.it