

Le nuove forme di comunicazione avanzano inesorabilmente

Pubblicato: Lunedì 7 Febbraio 2022



Basta semplicemente dare uno sguardo alla pubblicità degli anni '80 con quella attuale. Non è solo un fatto di progresso tecnico ma si tratta di modifiche strutturali a ciò che è il mondo del marketing.

I gusti delle persone sono cambiati, così come le esigenze dei contribuenti e, quindi, tutto questo abbinato ai progressi della tecnologia fa sì che sembra di trovarsi in un altro mondo da questo punto di vista.

In cosa, nel dettaglio, sono cambiate le cose?

Questione social network: TikTok sta prendendo il largo

Con l'avvento di Facebook ci fu una vera e propria rivoluzione. Aziende che avevano solo lavorato offline, con un sito magari sviluppato ai tempi della lira, si sono cimentate nei social tra gaffe ed errori. Un po' perché erano impreparate e un po' perché era un mezzo totalmente nuovo con linguaggi diversi.

Poi, dopo Facebook, c'è stato Instagram che, a sua volta, è un mezzo che ha di nuovo rivoluzionato il marketing dando vita al fenomeno degli influencer.

Un social che ancora oggi ha il suo peso ed è fonte di guadagno per migliaia di persone. Per non parlare, poi, dell'ultimo arrivato TikTok, che sta veramente sbaragliando ogni livello di diffusione raggiungendo una crescita senza pari.

E il futuro? Poi si vedrà.

Ci vuole professionalità

Lo abbiamo detto prima e lo ribadiamo in questo paragrafo: è finito il tempo degli improvvisati, anche per le cose che sembrano banali. Anche, giusto per dirne una, per la [produzione video aziendali](#) che devono essere fatti in maniera professionale, senza lasciare nulla al caso.

Continuare, solo per risparmiare, con un prodotto di bassa qualità vuol dire non distinguersi e buttare letteralmente i soldi, non riscontrando alcun successo. E, comunque, in questo non ci si riesce a distinguersi dalla massa.

Invece, un prodotto di alta qualità ci consente di spiccare nel mondo del web e attirare l'attenzione.

Certo, il marketing non è tutto. C'è bisogno anche che il prodotto abbia una consistenza forte e reale. Ma questa è un'altra storia.

Anche gli utenti hanno un peso vero e reale

Qualche anno fa l'assistenza clienti era quasi un di più, un peso da 'sopportare' perché, comunque, rappresentava un costo. Senza internet, infatti, al massimo le lamentele potevano avvenire con il passaparola ed erano molto circoscritte.

Se c'è un vantaggio che il web ha dato è quello di fornire un 'peso' notevole al singolo contribuente. Basta minacciare una recensione negativa che subito si ottengono i risultati sperati (ammesso che si abbia ragione, ovviamente).

Per questo, le aziende oggi sono generalmente più attente a questo tipo di situazioni e, anzi, propendono molto spesso per invogliare i cittadini a lasciare un loro parere, soprattutto se sono convinti che scriveranno cose positive.

Una recensione negativa, o un punteggio nel complesso al di sotto delle attese, può rendere tutto più complesso nella gestione del lavoro poiché le persone non vengono, spinte dal fatto che potrebbero esserci ristoranti che hanno un ranking migliore.

O, all'opposto, un buon punteggio potrebbe invogliare le persone a venire nel tuo ristorante. Quando si hanno recensioni positive, ci si gioca la carta della 'riprova sociale': nel senso che viene pubblicizzato come altre persone si siano trovate bene e, quindi, anche l'utente che vede quel post può avere la stessa positiva esperienza.

Un bel sistema che, pare, sta avendo i suoi frutti.

Più device a disposizione

Prima dell'avvento di internet, le scelte per quanto riguarda il luogo su cui doveva apparire la pubblicità erano molto limitate: la televisione o la carta stampata (giornali o volantini che siano).

Adesso, però, la scelta si è fatta molto più varia e anche all'interno dello stesso mezzo si possono optare per situazioni differenti. Ad esempio, se si sceglie l'on line bisogna capire se pubblicizzare sui social. E anche qui c'è una ulteriore ramificazione: quale social network? Oppure c'è anche il sito internet e decidere se avviare una strategia SEO che permette il posizionamento del portale a lungo termine oppure Google Ads, cioè pagare direttamente le inserzioni per essere ai primi posti sul motore di ricerca.

Per non parlare, poi, dei dispositivi su cui va fatta la campagna: tablet, smartphone o desktop? Android

o Ios? Insomma, un vero e proprio rompicapo!

Redazione VareseNews

redazione@varesenews.it