

L'evoluzione dell'approccio al mercato: marketing tra strategie tradizionali e digitali

Il marketing ha a che fare con l'economia. Il marketing ha a che fare con la società. Ma è la politica che ha cambiato il mondo.

Il marketing management è una invenzione concettuale che si deve a un economista statunitense, Philip Kotler, che la formalizzò circa 50 anni fa. Il digitale esisteva ma non era di massa. All'epoca la domanda era strutturalmente superiore all'offerta; oggi, siamo nella condizione esattamente opposta, potenziata anche dalla digitalizzazione di massa. La commodity è lo spettro che tutti (o quasi) hanno di fronte. Come impatta tutto ciò sul marketer?

Analizzeremo lo scenario, per capire il film che stiamo vivendo e la grande discontinuità che ancora lo cambierà. Analizzeremo lo schema di marketing management classico, per carpirne il carattere ed estrarne quanto ancora, anche alla luce della digitalizzazione di massa, deve essere al centro della cultura del marketer.

Tags Scenario Marketing: Market-ing Market-ing Marketing Iceberg Il Marketing in 5 mosse, due metafore e una parola-chiave.