

Cos'è il Precision Marketing??

Perché adottare un approccio di Precision Marketing?

Il consumatore moderno è sempre di più sopraffatto dalla valanga di messaggi cui giornalmente è sottoposto. Comunicazioni che diventano pressanti, penetrando e permeando costantemente la vita delle persone. Come naturale conseguenza, sorta di effetto stimolo-risposta, i potenziali clienti diventano meno ricettivi nei confronti di queste comunicazioni indesiderate. La situazione peggiora drasticamente quando tali messaggi sono percepiti addirittura come irrilevanti o peggio, impersonali.

Come si può quindi andare oltre e superare questa pericolosa saturazione?

È qui che interviene il Precision Marketing, ovvero l'innovativa strategia

attraverso la quale gli esperti di marketing analizzano i desideri, i bisogni, gli interessi e i modelli comportamentali specifici di determinati segmenti di utenti. Grazie alla migliore comprensione, i brand riescono ad acquisire una posizione di vantaggio per soddisfare le esigenze dei singoli gruppi e aumentare sensibilmente il successo e l'efficacia delle loro comunicazioni di marketing.

Lo sviluppo del marketing di precisione nasce e coincide con la reazione dei clienti alla proliferazione del marketing di massa, in contemporanea con l'incremento delle logiche di frammentazione del mercato.

Evoluzione della segmentazione che è stata sostenuta dai progressi tecnologici. Lo sviluppo digitale ha, infatti, semplificato in maniera prima impensabile l'acquisizione e la conservazione dei dati, mentre banche dati sempre più efficienti ne hanno facilitato l'analisi e l'usabilità.

Il fine ultimo del Precision Marketing è dunque quello di mettere a punto strategie personalizzate in grado di condurre l'utente attraverso un percorso, costituito da esperienze per lui significative, adatto a trasformarlo in un cliente.

Un traguardo mai così vicino

Ogni responsabile di marketing, indipendentemente dal brand e a prescindere da quale sia il core business della sua azienda, desidera offrire l'annuncio giusto, al momento giusto, al consumatore giusto, sul canale giusto. Lo scopo è, ovviamente, ottenere il miglior risultato possibile.

Tuttavia, è improbabile che la vista di un solo annuncio possa spingere un individuo a comprare qualcosa.

Solo la combinazione di contenuti pertinenti, tempestivi e accattivanti, è in grado di guidare realmente i consumatori.

Grazie al Precision Marketing, questo traguardo è, oggi, più vicino di quanto non sia mai stato prima. Tutto inizia con dai dati e soprattutto dalla loro corretta interpretazione, grazie alla quale è possibile capire la specifica motivazione individuale che conduce all'acquisto.



Il Precision Marketing sarà l'argomento chiave della Lectio Magistralis del Prof. Kotler durante il prossimo Philip Kotler Marketing Forum. L'evento di Marketing Strategico più importante d'Italia, in programma il 30 novembre e il 1° dicembre a FICO Eataly World, a Bologna.



t. 800 64 20 96

t. +39 075 69 79 255

a. Via Settevalli 133/C 06129 Perugia

e. segreteria@italianmarketing.foundation

w. www.italianmarketing.foundation

Main Partner

neto
CORPORATION