

unusual marketing

unusual marketing

Il progetto nasce da un'idea di Borderzero e I-MAGE.

Borderzero è uno studio associato tra giovani freelance che si occupa di progettazione grafica applicata al web, a prodotti editoriali e alla produzione video.

I-MAGE è un affermata agenzia di comunicazione diretta da Luca Ajroldi, editore del blog network Communicagroup.

Dall'unione delle reciproche competenze tecniche e strategiche contiamo di allargare il nostro campo d'azione ad un settore in forte espansione e dalle potenzialità in parte inesploate.

Il marketing inusuale è un insieme di strategie di comunicazione fondate su metodologie prese a prestito dal teatro, dal video e da varie forme d'arte contemporanea e sull'utilizzo di nuovi media, in particolare il web. L'attenzione e la preferenza accordate a internet nasce da necessità di ordine economico e strategico: il web offre visibilità a costi molto contenuti e permette una diffusione virale della comunicazione.

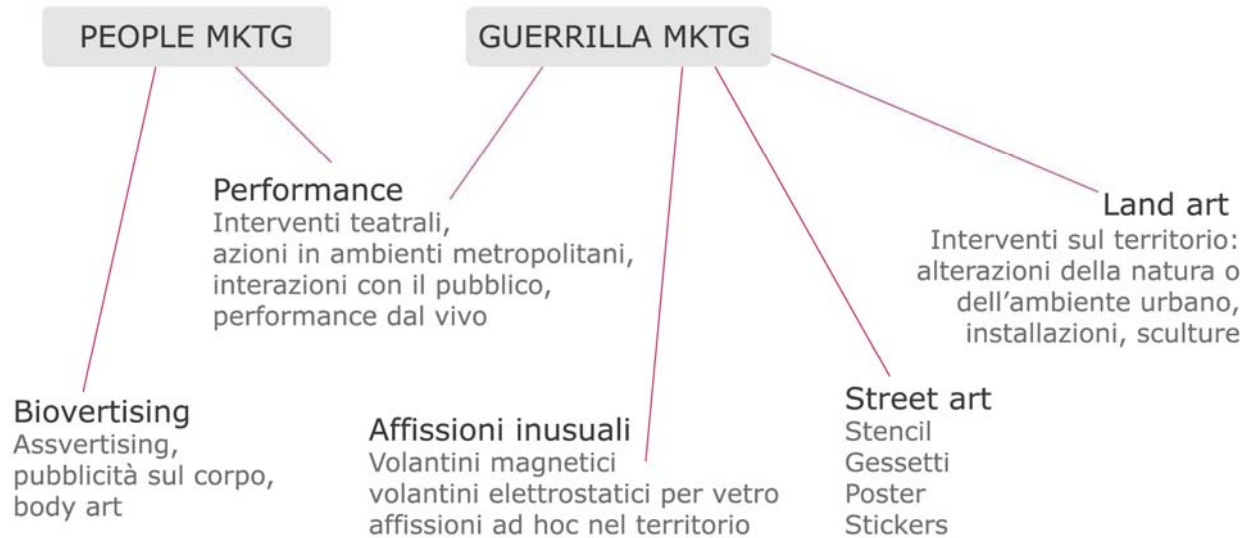
Il messaggio pubblicitario sarà ora mimetizzato nel contesto urbano (guerrilla marketing), ora veicolato attraverso performance, eventi, giochi online oppure diffuso in maniera virale attraverso video pubblicati sul web (viral marketing).

Le possibilità di azione nel campo dell'unusual marketing sono pressochè infinite, dettate esclusivamente dalla creatività e dalle necessità del cliente.

Oggi questo particolare settore dell'advertising si trova ancora in fase embrionale, soprattutto nel nostro paese, ed è destinato ad occupare un posto di rilievo nella comunicazione.

Di seguito uno schema che riporta le varie tipologie di servizi che afferiscono al marketing inusuale.

unusual marketing



Riferimenti

Marketing virale

Da Wikipedia, l'enciclopedia libera.

Il **marketing virale** è un tipo di marketing non convenzionale che sfrutta la capacità comunicativa di pochi soggetti interessati per trasmettere il messaggio ad un numero esponenziale di utenti finali.

È un'evoluzione del passaparola, ma se ne distingue per il fatto di avere un'intenzione volontaria da parte dei promotori della campagna.

Il principio del *viral marketing* si basa sull'originalità di un'idea: qualcosa che, a causa della sua natura o del suo contenuto, riesce a espandersi molto velocemente in una data popolazione. Come un virus, l'idea che può rivelarsi interessante per un utente, viene passata da questo ad altri contatti, da questi ad altri e così via. In questo modo si espande rapidamente, tramite il principio del "passaparola", la conoscenza dell'idea.

In genere, il termine è riferito agli utenti della rete che, più o meno volontariamente, suggeriscono o raccomandano l'utilizzo di un determinato servizio (per esempio, per la scelta di un indirizzo e-mail). Ultimamente, questa tecnica promozionale si sta diffondendo anche per prodotti non strettamente connessi a Internet: veicolo del messaggio resta comunque la comunità in rete, che può comunicare in maniera chiara, veloce e gratuita.

Un esempio di marketing virale in rete sono le e-mail contenenti storie divertenti, giochi online, siti web curiosi, che nel giro di pochi giorni possono letteralmente attrarre milioni di visitatori. Spesso si tratta di fenomeni temporanei, i cosiddetti internet meme (*Internet phenomenon*), che hanno un picco di visite in un periodo determinato, per poi veder calare la propria attrattiva. Tra i "fenomeni" recenti della rete, si può citare il sito The Million Dollar Homepage di Alex Tew, uno studente inglese che, per pagarsi gli studi universitari, ha avuto l'idea di vendere un milione di pixel a un dollaro ciascuno. Dopo la finale berlinese della Coppa del Mondo FIFA 2006, impazzì in rete un gioco che vedeva il calciatore Zinedine Zidane colpire con delle testate tante copie dell'avversario Marco Materazzi.

Competitors italiani di advertising, guerrilla e viral marketing

<http://www.domino.it/>

<http://www.tcommunication.it/>

<http://advergame.interzen.it/>

Competitors stranieri di advertising, guerrilla e viral marketing

<http://www.kerb.co.uk/>

Articoli e blog sull'argomento

Viral marketing

<http://www.marketingroutes.com/category/viral-marketing/>

<http://www.percheinternet.it/autoformazione/viral-marketing.html>