

**mancon.it**

## **IL BUZZ MARKETING (Pubblicazione a cura del Dott. Claudio Peppicelli)**

Raccomandazione da un cliente soddisfatto ai clienti futuri di un buon prodotto o servizio. Viene considerata come la forma più efficace di promozione online.

L'aspetto fondamentale da tenere sempre in considerazione è l'importanza di mantenere un'immagine coerente di brand.

In passato qualsiasi azienda doveva preoccuparsi soltanto di effettuare una buona comunicazione in uscita dato che le principali campagne pubblicitarie venivano effettuate attraverso un mezzo di comunicazione unidirezionale come la televisione, ma oggi in piena epoca web 2.0 la relazione fra aziende produttrici e consumatori è profondamente cambiata.

Ogni consumatore può dare un giudizio sul prodotto ed è per questo fondamentale l'immagine che l'azienda dà di se stessa e dei suoi prodotti e la relazione che riesce a creare con il cliente.

Le campagne più riuscite sono quelle che riescono ad aggregare attorno ad esse una rete di consensi di consumatori fidelizzati e motivati a fornire il proprio contributo alla causa, aumentando così il potenziale di branding.

È molto importante creare coinvolgimento attorno al marchio ed i suoi prodotti e ciò si ottiene soprattutto rendendo il consumatore protagonista.

Se in passato il cliente aveva solo la possibilità di scegliere fra i vari prodotti che gli venivano proposti, ora in era web 2.0 ha la possibilità di incidere realmente sulle scelte aziendali.

Mirabile è stata ad esempio la campagna della Barilla "Nel mulino che vorrei".

"Nel mulino che vorrei" infatti può essere definita come una piattaforma di co-generazione di contenuti grazie alla quale l'azienda ha migliorato la propria Brand Awareness nei confronti dei consumatori che si sono sentiti finalmente "ascoltati".



Energy Saving S.r.l.: Via delle Colonnelle, 18 - 00186 Roma C.F. 01654510583 P.I. 01011001003

Via Piave, 2 - 00018 Palombara Sabina (RM) tel. /fax: +39 077465083

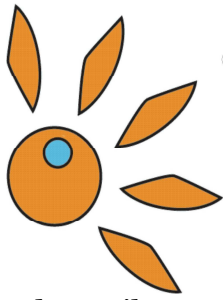
Piazza Barberini, 5 - 00187 - Roma

372, Strand - London WC2R0JJ tel. +44(0)20 81239134

www.mancon.it info@mancon.it

Esomar member n. 1-1716919 - Registro E.S.Co. A.E.E.G. - Grossisti Energia Elettrica n.02392 A.E.E.G.





**mancon.it**

Ed ecco il meccanismo sul quale si è basata la campagna “Nel mulino che vorrei”:



Ogni persona grazie alla campagna ha potuto quindi esprimere le proprie idee, condividerle con altri utenti, ma giudicare anche le idee degli altri.

Un progetto dal quale l'azienda ha tratto spunti che, dopo la valutazione del management, sono entrati a far parte del processo innovativo aziendale

Pur non avendo i mezzi della Barilla, ogni azienda se opera con attenzione e dedizione può raggiungere ottimi risultati attraverso il Buzz Marketing.

Effettuare una buona campagna di Buzz Marketing non è tuttavia cosa semplice da realizzare ed è preferibile per chi vuole promuovere la propria immagine attraverso questo canale comunicativo rivolgersi ad esperti del settore.

Ad oggi va segnalato che la maggior parte delle aziende non prevede ancora voci di spesa relative al Social Media Marketing.

Se non si ha a disposizione il budget necessario si possono comunque effettuare delle semplici operazioni che permetteranno di aumentare la visibilità e l'immagine aziendale a breve termine.

I principali canali delle campagne di Buzz marketing sono i Social Network e fra questi sicuramente quello principe è Facebook che a livello mondiale ha circa 400 milioni di utenti.

Un Social Network come Facebook è la trasposizione digitale delle reti familiari e di amicizia che nella vita di tutti i giorni generano un sistema collegato di relazioni interpersonali, ma anche di notizie ed informazioni.

Il modo migliore per sfruttare Facebook potrebbe essere quello di creare inizialmente un account aziendale, una fan page (creabile partendo dalla pagina [www.facebook.com/pages/create.php](http://www.facebook.com/pages/create.php)) e dei gruppi cercando di convogliare interesse e costruire una rete sociale attorno al proprio brand ed ai propri servizi e/o prodotti.

Fondamentale sarà l'impegno costante nell'azione di Buzz Marketing atta a creare un canale privilegiato col cliente anche attraverso l'utilizzo di meccanismi virali ed emulativi, nonché l'attenzione a comunicare in modo efficace al cliente attraverso i vari Social media così da mantenere coerente l'immagine dell'azienda ed attrarre verso il brand.

Energy Saving S.r.l.: Via delle Colonnelle, 18 - 00186 Roma C.F. 01654510583 P.I. 01011001003

Via Piave, 2 - 00018 Palombara Sabina (RM) tel. /fax: +39 077465083

Piazza Barberini, 5 - 00187 - Roma

372, Strand - London WC2R0JJ tel. +44(0)20 81239134

[www.mancon.it](http://www.mancon.it) [info@mancon.it](mailto:info@mancon.it)

Esomar member n. 1-1716919 - Registro E.S.Co. A.E.E.G. - Grossisti Energia Elettrica n.02392 A.E.E.G.

