



Social Media Marketing
dissociato dal Web Marketing

Le Origini: il Digital Marketing

Il Marketing mette in relazione un fornitore di un dato prodotto con il consumatore di quel prodotto. Questa attività fino a pochi anni fa veniva svolta utilizzando esclusivamente dei canali di presentazione tradizionali quali giornali e televisione.

Con l'avvento di Internet si è imposto un nuovo canale di comunicazione che utilizza un vettore digitale per mettere in relazione le imprese con i consumatori. Nasce quindi il [Digital Marketing](#) come evoluzione di canale dai media tradizionali verso il digitale.

Il Digital Marketing come termine è solo un livello gerarchico che in realtà comprende come sottolivelli principali l'Email Marketing ed il [Web Marketing](#).

Il primo consente di inviare un messaggio elettronico uno ad uno mentre il secondo utilizza la rete dei Siti Web nell'accezione più ampia, per veicolare un messaggio promozionale ad una determinata platea.

Col tempo, l'evoluzione dei Siti Web ha consentito la nascita di un nuovo modo di relazione tra le persone: i Social Network.



L'Affermazione dei Social Network

Utilizzando i Siti Web per vedere le foto degli amici e dei parenti, le persone si sono rese conto che stare in contatto con gli altri appagava il bisogno innato degli essere umani di socializzare e stare insieme ad altri umani.

Sono quindi nati i Social Network come risposta a tale bisogno. Altre persone hanno creato dei software che amplificano l'appagamento del bisogno arcaico, consentendo alle persone di essere parte attiva di Comunità Virtuali di esseri umani.

Gli esperti di Marketing, osservando il fenomeno Social Network, hanno subito raccolto l'invito ed hanno iniziato a realizzare strategie per far conoscere i prodotti dei propri clienti anche sui Social Network. Ecco nascere il [Social Media Marketing](#), un insieme di strategie volte alla presentazione commerciale dei prodotti sui canali Social

Tutti i software dei Social Network utilizzavano il Web come vettore di comunicazione. Essendo il Web Marketing una costola del Digital Marketing, ecco che il Social Media Marketing veniva associato come una funzione del Processo di Web Marketing.



Il Processo Evolutivo del Social Media Marketing

Utilizzando i Social Network, le persone si sono rese conto di essere parte di un grande insieme virtuale, di partecipare a comunità senza limiti geografici o culturali.

Hanno iniziato quindi a frequentare con sempre più assiduità i Social Network in un **Abbraccio Virtuale Senza Tempo e Senza Spazio**.

Hanno iniziato a sentire il calore del legame umano pur senza contatto fisico.

Questo fenomeno ha fatto crescere in maniera esponenziale il numero di persone iscritte ai vari Social Network ed il tempo che queste persone trascorrono nelle comunità.

L'avvento dello smartphone ha ulteriormente ingigantito il fenomeno facendolo diventare una realtà mondiale che oramai riguarda miliardi di persone su tutto il pianeta.

I Marketer non sono stati osservatori passivi di questo fenomeno.



Il Dominio del Social Media Marketing

Comunità Virtuali di Miliardi di Persone che si Relazionano tra loro Senza Spazio e Senza Tempo.

Con i computer desktop, i portatili, i tablet e gli smartphone, ovunque essi siano, in qualunque momento.

I Social Network fanno emergere la centralità della Persona ed il suo bisogno di relazionarsi con altre persone.

Nel tempo quindi i Social Network hanno eroso quote di mercato ai media tradizionali a favore di un nuovo tipo di Marketing incentrato proprio sulla Persona e sul ruolo che essa ha nel comunicare.

Il processo che vedeva le aziende comunicare con i consumatori attraverso un messaggio aziendale sta perdendo efficacia in quanto la considerazione data a quel messaggio aziendale si scontra con il credito che le persone danno ai messaggi provenienti da altre persone.

Ecco quindi che nel [Social Media Marketing](#) sono cambiati gli elementi soggettivi del processo di comunicazione che rendono efficace il messaggio promozionale.



Il Divorzio dal Web Marketing

I Social Network sono fatti dalle Persone per le Persone, da tale ruolo centrale non si può prescindere quando si parla di strategie di Marketing. Ne consegue che il classico processo Azienda > Editore > Consumatore per veicolare i messaggi promozionali sono obsoleti in quanto gli elementi soggettivi possono essere diversi e rendere il **Processo più Efficace**.

Nel Social Network la Persona è centrale e quindi anche nelle strategie di Comunicazione lo dev'essere; ecco che gli elementi soggettivi del processo cambiano in:

Azienda > Consumatore > Consumatore
ovvero
Azienda > Influencer > Consumatore.

Nei fatti i Social Network consentono alle Aziende di utilizzare i propri Clienti come Influencer per veicolare il messaggio promozionale verso altri Consumatori con accresciuta credibilità all'origine in quanto il vettore è una Persona e non un'entità a scopo di lucro.

Con tali modifiche all'impianto soggettivo, si può ancora parlare di Web Marketing?



I Figli del Social Media Marketing

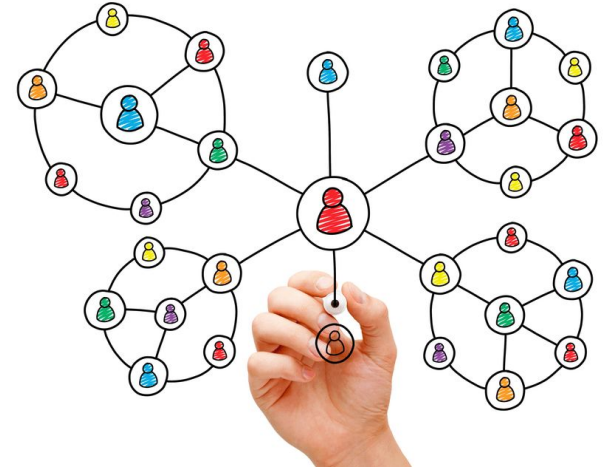
Nel prolifico processo di autodeterminazione dal [Web Marketing](#), il Social Media Marketing ha fatto emergere differenti funzioni operative che amplificano le caratteristiche proprie di relazione tra Persone. Tra queste possiamo annoverare l'Influencer Marketing, il Viral Marketing ed il **Passaparola Digitale**.

Nei fatti tutti sfruttano la caratteristica Principe dei Social Network: le Persone sono al centro sia in modo attivo che in modo passivo.

Ecco che un messaggio promozionale condiviso attivamente da un utente acquisisce un peso maggiore nella considerazione passiva di un altro utente. Ecco che diventa più facile ottenere like e condivisioni del messaggio. Ecco che il messaggio si diffonde in modo organico ed acquisisce una maggiore pervasività.

Proprio come accade tra due Persone nel mondo reale, un consiglio dato da un amico vale molto di più di un consiglio letto su di un annuncio a pagamento.

Ecco perché il Social Media Marketing sta assumendo dei contorni operativi sempre più in dissociazione dal Web Marketing. E' diverso! Semplice.



Il Futuro del Social Media Marketing, una visione

Sempre più autonomo in termini di Strategie operative, il Social Media Marketing si imporrà in modo determinante nelle Strategie delle Aziende che rivolgono le proprie attenzioni commerciali ai Consumatori.

In un mondo sempre più Digitale con le Persone sempre più Connesse, assisteremo ad un'ulteriore crescita del [Passaparola Digitale](#) a scapito del tradizionale Processo di promozione dei prodotti.

Con l'evoluzione delle tecnologie Wearable e l'Internet of Things potremo assistere ad un vorticoso incremento delle promozioni di Prossimità ove i Consumatori riceveranno uno specifico messaggio basato sulla propria vita social mentre aspettano il treno, ad esempio.

Dal nostro punto di vista siamo solo all'inizio di un percorso molto interessante e coinvolgente che vede le competenze multidisciplinari a servizio delle Aziende che vogliono crescere e conquistare nuove quote di mercato.

Noi di [dbi.srl](#) ci siamo con i nostri servizi per la [Digital Transformation](#);
la Vostra Azienda è Pronta?



La Nostra Startup Innovativa: dbi.srl

Digital Business Innovation Srl in breve D.B.I. Srl è una Startup Innovativa riconosciuta ai sensi della Legge 221/2012 di conversione del DL 179/2012 Decreto Crescita 2.0, che nasce con l'intento di accompagnare le Aziende nel processo di [Digital Transformation](#) con le [App Aziendali](#), il [Digital Marketing](#) e lo [Sviluppo Agile del Software](#).

www.dbi.srl

Digital Business Innovation Srl
Centro Direzionale is G/2
80143 - Napoli
P.IVA 08280231211
Iscrizione sezione speciale Startup Innovative NA 945395

Numero Verde Commerciale
800.589.889

