
Comprendere il concetto di marketing nell'era digitale

di [Fabrizio Gritta](#)

Publicato il 14 Maggio 2021

Come si è evoluto nel tempo il concetto di marketing? Come arriviamo oggi a parlare di Marketing digitale? Dalla nozione basata sul legame tra prodotto e mercato nel quale questo sarà immesso, arriviamo allo studio del marketing nell'economia digitale il che implica approfondire le principali ripercussioni delle tecnologie della comunicazione e dell'informazione nella società.

Il Digital Marketing: cos'è e come svilupparlo

Il titolo "*Comprendere il concetto di marketing nell'era digitale*" è stato scelto con lo scopo di precisare il "*digital marketing*" come risultato dell'evoluzione del marketing, che conserva necessariamente i principi originari della disciplina.

Diventa indispensabile, di conseguenza, capire il marketing nella sua essenza e studiare come esso cambia con l'evoluzione dell'attività economica.

Il marketing è innanzitutto una funzione di raccordo tra impresa e società, che analizza il contesto economico, guarda con attenzione ai cambiamenti e si occupa di creare un valore per lo scambio.

Il concetto di marketing si è evoluto attraverso gli anni e con esso anche la sua definizione legata ad un cambio di prospettiva al variare degli scenari economici e sociali di riferimento.

Nei successivi interventi avremo modo di analizzare il concetto di marketing nel tempo, adesso, invece, è importante iniziare da una nozione generale:



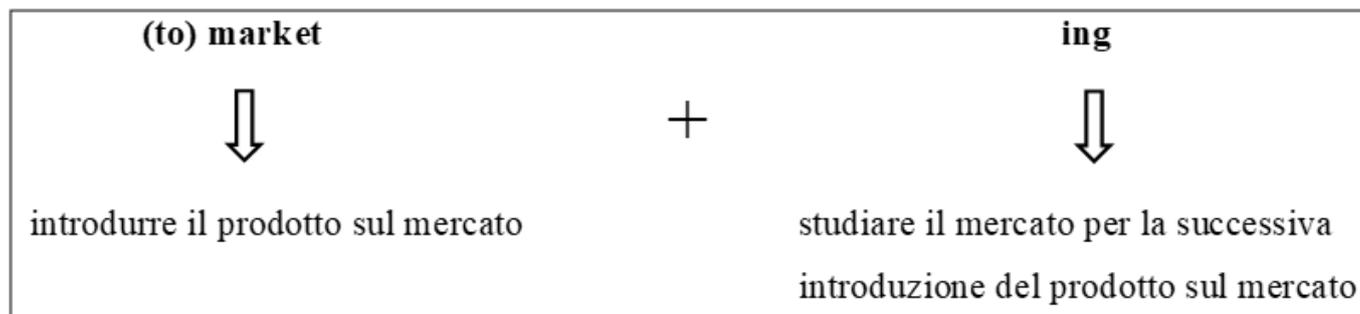
“Il marketing è la funzione aziendale che ha per oggetto la fase «produzione – consumo» dell’attività economica, tiene conto dell’ambiente e degli elementi che caratterizzano il modo di produrre e di consumare in un determinato periodo, analizza i bisogni dei consumatori e propone una formula di valore per soddisfare le esigenze economiche e sociali dei consumatori, dell’impresa e della società”.

La storia del capitalismo industriale ha visto la formazione di uno spazio che separa produzione e consumo: lo spazio dello scambio^[1].

Produzione e consumo si sviluppano come aree autonome, il marketing è la funzione deputata a progettare, attivare e mantenere relazioni di scambio soddisfacenti tra la sfera della produzione e la sfera del consumo.

Il termine marketing incarna proprio questo aspetto, risulta, infatti, composto dal verbo “to market”, che significa immettere sul mercato, e da “ing” per esprimere la continuità dell’azione.

Dunque, introdurre il prodotto (to market) e studiare il mercato per concepire la successiva immissione sul mercato (ing).



I mercati nello studio di Adam Smith

Nel 1776 Adam Smith, ancor prima della nascita del marketing, aveva formulato questo concetto, anticipando l’importanza dello studio dei mercati da parte delle imprese:

“Il consumo è l’unico fine e scopo di ogni produzione; e l’interesse del produttore dovrebbe essere considerato solo nella misura in cui esso può essere necessario a promuovere l’interesse del consumatore”.

Partire da queste definizioni ci aiuterà a comprendere meglio il significato di *marketing digitale* che, nell'enciclopedia Treccani, viene così descritto:

“Insieme delle strategie di marketing che si avvalgono dell'utilizzo di segnali elettronici trasmessi da dispositivi digitali quali telefoni palmari, rete Internet, tablet, televisione digitale.

Il marketing basato sull'utilizzo sinergico di strumenti digitali interattivi permette di realizzare campagne di comunicazione infinitamente più precise di quelle tradizionali.

I nuovi dispositivi digitali hanno infatti avuto un forte impatto sulle strategie di branding (è cambiato lo stesso concetto di brand: da statico a collaborativo) trasformando in profondità sia le campagne pubblicitarie sui mezzi digitali, sia l'analisi e il controllo dell'efficacia”.^[2]

Il marketing digitale unisce i fondamenti del marketing tradizionale ai caratteri di Internet, concorrendo a stabilire una strategia che tenga conto delle qualità dell'impresa e dei connotati dell'ambiente esterno.

Si parla di “*campagne di comunicazione*” e di “*branding*” per mettere in risalto gli orientamenti del marketing della moderna economia digitale, che mette al centro la relazione e il coinvolgimento dell'utente finale.

Il marketing nell'economia digitale

Studiare il marketing nell'economia digitale significa ricercare le principali ripercussioni delle tecnologie della comunicazione e dell'informazione nella società:

- Information Technologies alla base del nuovo ciclo economico;
- Information Technologies come nuovo spazio per esercitare l'attività economica;
- e Information Technologies come nuovo strumento operativo.

Senza entrare nel dettaglio delle caratteristiche del digital marketing, che saranno oggetto di altri articoli, qui ci dedichiamo di fornire una panoramica generale.

L'uso dell'Information and Communication Technologies sta trasformando il modo di esercitare l'attività economica.

Rispetto al precedente paradigma, si ravvisa una crescita maggiore della produzione totale e un coinvolgimento dei consumatori che, da utenti passivi sono ormai compartecipi con le imprese nella creazione del valore.

Stiamo nel tempo della sharing economy, l'utente diventa anche “*produttore*” che, grazie al basso costo della tecnologia digitale e alla diffusione globale e gratuita cui gode Internet, riesce facilmente a creare e divulgare dei contenuti, spesso senza corrispettivo.

Nasce la figura del prosumer^[3].

La rivoluzione digitale sta cambiando il modo in cui imprenditori e consumatori si avvicinano al mercato.

Nella Rete, le persone si incontrano, parlano, si confrontano, si danno appuntamenti, comprano, o semplicemente navigano (“*passeggiando*”) per visitare negozi o luoghi di aggregazione.

Produttori e consumatori percorrono l'intero *processo di scambio*, che inizia con la creazione e la diffusione dell'offerta di valore, passando per una serie di azioni che favoriscono l'incontro tra impresa e cliente, ormai attivo “*sempre ed ovunque*”.

La nuova dimensione “*spazio/temporale*” rappresenta la condizione necessaria sia per la percezione sia per il concepimento della nuova comunicazione:

- la possibilità di interagire con tutti tramite piattaforme digitali ha posto le basi alla comunicazione di tipo *many to many* anche tra utenti sconosciuti, per condividere contenuti ma anche per confrontarsi sull'esperienza di consumo;
- l'utilizzo ormai evidente di più devices da parte di ciascuno di noi, lo sviluppo delle *app*, l'attuazione di percorsi di memorizzazione (*cookies*), unita all'uso di strumenti quali l'area riservata, facilitano una relazione *one to one* personale e bidirezionale tra impresa e utente.

L'utilizzo delle nuove tecnologie digitali permette di arricchire la relazione degli utenti con nuove esperienze di socializzazione e pratiche di consumo (Mondelli & Accoto, 2014).

Internet e il mondo digitale sono alla base di modelli di business "as a service" grazie alla diffusione dei dispositivi mobili e delle tecnologie gps, ai social network, all' internet of things.

La tecnologia digitale riveste un ruolo fondamentale nella nascita e sviluppo del modello dei consumi collaborativi in quanto:

- consente di creare spazio d'incontro tra utenti, loro esigenze e offerte;
- capace di rendere emergenti nuovi mercati;
- il suo largo utilizzo ha permesso un cambiamento culturale.

I prossimi interventi, che faranno chiarezza sul marketing digitale, riguarderanno i seguenti temi:

- l'oggetto del marketing (e del digital marketing)
- scoprire l'economia digitale
- tipi di strategia online
- il marketing-mix nel contesto digitale

NdR: Potrebbe interessarti anche...

[Qual è il miglior strumento di marketing per lo studio? L'importanza delle referenze](#)

[Cos'è un piano di marketing strategico e perché ogni azienda dovrebbe averne uno](#)

NOTE

[1] Lo spazio dello scambio si compone di più luoghi all'interno dei quali si definiscono le relazioni commerciali (esempio: mercato di sbocco, spazio della comunicazione, Internet).

[2] "Digital Marketing" in Enciclopedia Treccani.

[3] Il termine *prosumer* deriva dall'unione di *pro(ducer)* con *(con)sumer*.

A cura di Fabrizio Gritta

Venerdì 14 maggio 2021