

Bernard Cova
Alex Giordano
Mirko Pallera

Marketing non-convenzionale

Viral, Guerrilla, Tribal
e i 10 principi fondamentali
del marketing postmoderno

Introduzione di
Massimo Mucchetti



Bernard Cova, Alex Giordano, Mirko Pallera, «Marketing non convenzionale. Viral, Guerrilla, Tribal e i 10 principi fondamentali del marketing postmoderno», Edizioni Il Sole24ore, € 29,00

Trend

Il marketing cambia Niente più regole

In una società fatta di continui repentini mutamenti il marketing non convenzionale non esiste più. Questa la conclusione cui giungono i tre autori Bernard Cova, docente francese, Alex Giordano e Mirko Pallera, consulenti milanesi. Gran parte del lavoro di un esperto di marketing infatti consiste nel riposizionare, ricalibrare e rielaborare continuamente linguaggi e strategie alla spasmodica ricerca di un consumatore sempre più consapevole e sempre meno permeabile al messaggio pubblicitario. Così al decalogo del marketing non convenzionale, che riassume in dieci punti i passaggi dal vecchio al nuovo modo di concepire questa materia, va aggiunto un undicesimo punto: «Esiste solo un marketing, quello che funziona». Un manuale per addetti ai lavori che illustra tecniche e strumenti e fa un po' di luce tra vocaboli decisamente astrusi — viral marketing, guerrilla, buzz — destinati ai professionisti del settore.