

Prefazione

Il marketing e i marketing manager vivono tante sfide, in questi anni *liquidi*. Si trovano a disegnare e governare percorsi d'acquisto sempre più ricchi di punti di contatto, sempre più a cavallo tra “digitale” e “tradizionale”, sempre meno lineari. Trovano in clienti e stakeholder degli interlocutori sempre più attivi nell'informarsi e sempre più partecipi nella creazione dell'identità e del successo dei brand, con le loro narrazioni, recensioni, esperienze.

Un guru del marketing, qualche anno fa, ha detto che l'ultimo marketing rimasto è quello basato sui contenuti. E se pensiamo a quante ore al giorno passiamo a produrre, condividere e fruire di contenuti, l'opportunità per le aziende è chiara. Al contempo, nella corsa a mettere sul piedestallo più alto i contenuti o le relazioni o la tecnologia, tante iniziative di marketing in questi anni hanno mancato di mettere al centro i due pilastri fondamentali di ogni strategia che funzioni: gli obiettivi e le persone. Più Instagram, più Like: poi vedremo perché e per chi.

Avere chiara la meta da raggiungere e le persone a cui i contenuti dovranno migliorare – anche per un attimo, anche di poco – la vita personale e/o professionale, porta immediatamente in cima alle priorità la necessità di progettare davvero i contenuti e non relegarli all'ultimo passaggio operativo, prima della pubblicazione.

Se davvero per ogni azienda, freelance, organizzazione “portare qualcosa di utile alla festa” è l'unico modo per farsi conoscere, avere attenzione, generare contatti interessati, entrare in relazione, vendere, migliorare la soddisfazione e incentivare il passaparola, i contenuti non possono che essere costruiti secondo un processo che li vede protagonisti fin dalle prime fasi del design e non piegati a fine corsa alle esigenze, spazi e caratteristiche del contenitore. Nicola Bonora, con la sua consueta precisione, cura e leggerezza fissa in questo libro le tappe fondamentali per arrivare a un buon design dei contenuti. Il risultato è una guida preziosa, utile per designer, copywriter e, perché no, persone di marketing.

Miriam Bertoli

www.miriambertoli.com

Venezia, 20 aprile 2019