

LINK FUTURO: I CONSIGLI DEGLI ESPERTI

Un format di Trentino Sviluppo

#6 STRATEGIE DI MARKETING CREATIVO

I tre consigli di Cristiano Nordio*

Primo consiglio: ragionare “fuori dalla scatola”

Mentre stiamo assaporando la fine del lockdown, sono in molti quelli che hanno già iniziato a porsi domande su come affrontare il futuro della propria azienda.

Consapevoli che adottare i vecchi schemi non porterà risultati significativi, sarà necessario pensare “fuori dalla scatola” sia per mettere in sicurezza le aziende nel breve periodo, sia per cambiare e innovare nel medio lungo. La grande difficoltà sta nel provare a fare delle previsioni.

Il Design Thinking è un metodo utile a risolvere problemi complessi. La Gamification e il Serious Game vanno a mutuare tecniche di gioco e contesti ludici per applicarli a problemi che non sono ludici. La loro caratteristica più importante è quella di stimolare il pensiero laterale. E in un contesto come questo diventano preziosi.

Secondo consiglio: integrare strumenti e processi

La crisi ha sicuramente spinto il processo di digitalizzazione ma per riuscire a crescere e migliorare sarà necessario mettere in discussione le metodologie con cui si affrontava il lavoro prima dell'emergenza.

Un esempio? Non è possibile mutuare il modo pre covid-19 in cui si organizzavano fisicamente i meeting del CdA o del team di marketing e comunicazione perché una semplice trasposizione da fisico a digitale delle riunioni o dei seminari porta a situazioni lunghe, improduttive, dispendiose dal punto di vista delle energie mentali e a volte alienanti.

Anche queste sono situazioni da ripensare, magari partendo dalla user experience di chi le vive. Sappiamo che stare davanti a uno schermo drena energie e dilata i tempi, dovremo per forza riuscire a integrare questi nuovi strumenti con dei nuovi processi, andando a ripensare la natura stessa del processo.

Terzo consiglio: pensare in modo flessibile

Come in passato, chi saprà reagire velocemente e pensare in modo flessibile, domani saprà fare la differenza. E per farlo credo sia necessario ripensare anche il modo in cui funzionano i nostri ecosistemi di business.

Il confronto e la contaminazione non saranno solo un'ancora di salvataggio per capire cosa fanno gli altri e come lo fanno ma saranno necessari per averlo un futuro.

***Cristiano Nordio** è consulente, docente e temporary manager che lavora da oltre 20 anni a stretto contatto con imprenditori nazionali ed internazionali, manager e imprese per aiutarli a crescere attraverso l'innovation design, con specializzazione nel business modeling, nel marketing strategico e nella comunicazione digitale.

Ha ideato il metodo Business Model Journey, basato su strumenti operativi e modulari di gamification e design thinking. Nel 2005 fonda il blog Four.Marketing e partecipa come speaker e moderatore ai maggiori eventi di settore sui temi del marketing strategico e digitale. Nel suo curriculum anche il libro "People branding: 10 leggi e 10 casi per imprese in via di innovazione", edito da Franco Angeli e pubblicato ad aprile 2017.

Cristiano Nordio | Strategie di marketing creativo