



Università  
Ca' Foscari  
Venezia

Alessandra Poggiani, Carlo Alberto Pratesi

## Marketing digitale

seconda edizione

McGraw-Hill Education



Presentazione del libro

# Marketing digitale

di **Alessandra Poggiani**  
e **Carlo Alberto Pratesi**

McGraw Hill Education

Introduce e modera

**Agostino Cortesi**

Docente, Università Ca' Foscari Venezia

Presenta il libro

**Alessandra Poggiani**

**San Giobbe Aula 10/A**, Cannaregio 873 Venezia  
**19 ottobre 2016**, ore 12.15

**Alessandra Poggiani** è Direttore Generale di Venis s.p.a, società di Informatica e Telecomunicazioni del Comune di Venezia. Docente di Comunicazione d'Impresa e già Direttore Generale dell'Agenzia per l'Italia Digitale, è esperta di economia digitale e politiche di digitalizzazione.

**Carlo Alberto Pratesi** è professore ordinario di Economia e Gestione delle Imprese all'Università Roma Tre, dove è titolare della cattedra di Marketing, innovazione e sostenibilità.

*L'utilizzo dei canali digitali per il marketing non comporta soltanto l'acquisizione di nuove competenze operative, ma implica un vero e proprio cambio di paradigma nelle aziende. L'obiettivo principale del marketing tende infatti a spostarsi: se nel mondo analogico la priorità era quella di individuare un segmento di domanda da servire con una proposta ad hoc, nel contesto digitale quello che conta di più è la capacità di offrire un ambiente ricco di contenuti e di valore capace di attirare e coinvolgere clienti attuali e potenziali, fornitori e tutti gli altri soggetti rilevanti. Ciò presuppone che l'azienda investa nella capacità di proporre una sua presenza diffusa, multi e "omni" canale, aperta e interattiva, impegnandosi costantemente nel coltivare le relazioni e le interazioni, soprattutto con i clienti, che riesce a innescare. Il volume vuole dare risposta a tre domande fondamentali nella pratica del marketing digitale: Come cambia il contesto di mercato nell'era digitale?, Cosa cambia nel processo di marketing? Dove, in quali canali si manifesta il cambiamento? Raccontando a tutti (e non solo ai nativi digitali) il nuovo mondo che ci circonda, l'obiettivo degli autori è quello di offrire un primo tool-kit di competenze sul marketing digitale. Per aiutare i professionisti a usare al meglio le potenzialità delle piattaforme e dei nuovi canali, e per accompagnare gli studenti nello studio della disciplina di marketing nel mutato contesto. La trasformazione digitale di cui siamo testimoni è un importante momento di passaggio per la politica delle imprese e per l'evoluzione della disciplina di marketing: il cambiamento in atto sta già determinando il successo di alcune aziende e il fallimento di altre. Questo manuale ha l'ambizione di essere una guida nell'esplorazione ragionata del nuovo processo di marketing management.*