

Gigi Mozzi
Presidente Mediamarketing

mediamarketing

Lo scenario del mondo della comunicazione

Le domande della Comunicazione

**Università Cattolica del
Sacro Cuore di Milano**

9 Giugno 2010

1) LO SCENARIO DEL MONDO DELLA COMUNICAZIONE

- Come sta evolvendo il mondo della comunicazione?
 - ▶ Aumenta l'incertezza,
 - ▶ aumenta la complessità,
 - ▶ aumenta la velocità,
 - ▶ aumenta la richiesta di efficienza.

1) LO SCENARIO DEL MONDO DELLA COMUNICAZIONE

- Come sta evolvendo il mondo della comunicazione?

Il problema è che, in un angolo del mondo della comunicazione,
nel pianeta “media”,

in attesa dell’ “evoluzione” annunciata,

(noi, loro, tutti) siamo andati indietro.

E ci siamo infilati in un bel pasticcio!!

Anzi, due.

1) LO SCENARIO DEL MONDO DELLA COMUNICAZIONE

4

- Come sta evolvendo il mondo della comunicazione?

Nel pianeta “media”,

il brief è diventato la strategia,

la pianificazione è diventata una sottocategoria della negoziazione.

(c'è solo un momento in cui)

1) LO SCENARIO DEL MONDO DELLA COMUNICAZIONE

- Come sta evolvendo il mondo della comunicazione?

il contesto



1) LO SCENARIO DEL MONDO DELLA COMUNICAZIONE

- Quali macro-trend?

il contesto



i fattori
chiave

il cliente

il target

il trade

i mezzi

il prodotto

il messaggio

1) LO SCENARIO DEL MONDO DELLA COMUNICAZIONE

7

- Quali macro-trend?

il contesto



1) LO SCENARIO DEL MONDO DELLA COMUNICAZIONE

- Quali retrospettive?



nessun uomo può bagnarsi
nello stesso fiume due volte,
perché
né l'uomo né le acque del fiume
sono gli stessi

la risposta misura l'efficacia
(il ritorno è la direzione della via)

le forme del linguaggio
la logica, la dialettica
la retorica il sillogismo

il meme
linguaggio, segni, scrittura
le imitazioni, i tormentoni
i neuroni specchio

chi comanda il racconto
non è la voce, è l'orecchio
i messaggi li fanno coloro che li
ricevono

la complessità,
le "regole" del caos:
i frattali

il messaggio è il mezzo

2) LE DOMANDE ALLA RICERCA

I nuovi (?) campi di analisi della
ricerca

- (1) il cliente il
target
- (2) il trade i
mezzi
- (3) il prodotto il messaggio

2) LE DOMANDE ALLA RICERCA

Il campo delle analisi (1)

Gli stati
(coesistenti)

audience

persona

target

cliente

La dinamica

esposizione

conoscenza

atteggiamento

comportamento

Le condizioni

contatto

dialogo

persuasione

decisione

2) LE DOMANDE ALLA RICERCA

Il campo delle analisi (2)

Gli stati
(coesistenti)

mezzo

canale

strumento

La dinamica

informazione

comunicazione

partecipazione

Le condizioni

attenzione

apertura

coinvolgimento

2) LE DOMANDE ALLA RICERCA

Il campo delle analisi (3)

Gli stati
(coesistenti)

segnale

messaggio (1)

messaggio (2)

La dinamica

percezione

memorizzazione

condivisione

Le condizioni

apertura

interesse

ricostruzione