

# ASSIRM FORMAZIONE

18 MAGGIO 2023  
alle 14.30

INNOVATION & NEW TRENDS  
IN MARKETING  
AND MARKET RESEARCH

## UMANIZZARE IL BRAND: STRATEGIE PER COMUNICARE CON SUCCESSO

Conoscere approfonditamente i bisogni dei propri clienti ed i motivi per cui acquistano o meno il tuo prodotto o servizio è fondamentale per offrire loro un'esperienza sul web coinvolgente ed emozionale.

Su internet ci sono milioni di utenti con specifiche necessità ed aspettative. Conoscerle e soddisfarle significa entrare nella loro sfera emotiva, trasformandoli da sconosciuti in clienti fedeli.

### DESCRIZIONE:

A differenza di quanto si possa pensare, la canonica divisione tra comunicazione Business to Business (B2B) vs Comunicazione Business to Consumer (B2C) non è più così valida ed attuale: oggi è più corretto utilizzare un paradigma comunicativo Human To Human. Del resto, a sovvertire la classica contrapposizione hanno contribuito non solo la diffusione della connessione ad Internet, ma anche il conseguente aumento delle persone che – ogni giorno – si connette al web. Di pari passo sono mutate anche le aspettative dei consumatori nei confronti dei brand: se prima si "accontentavano" di poter chiamare il servizio di assistenza telefonicamente, oggi desiderano (a volte pretendono) un contatto non solo tramite e-mail, ma anche attraverso Facebook, Instagram o gli altri canali di comunicazione che il brand ha attivato.

Sicuramente la tecnologia ha permesso alle aziende di ampliare i touchpoint tra sé e il proprio potenziale consumatore, ma ha anche – troppo spesso – stereotipato il paradigma comunicativo che, in alcuni casi, si era ridotto a B2B o B2C.

Quello che può davvero fare la differenza non solo sul mercato in senso assoluto, ma anche nei confronti di un competitor è la forza di un brand di "metterci la faccia" e di parlare da persona a persona: ecco la vera essenza di una strategia di human marketing, ossia un insieme di accorgimenti strategici che pongono al centro non tanto il prodotto quanto il destinatario stesso della comunicazione.

In questo aspetto, del resto, si coglie la grande differenza tra il marketing tradizionale e il marketing digitale: se, infatti, il primo faceva leva (anche emozionale) sul prodotto che veniva venduto, oggi, invece, si desidera valorizzare e portare in prima linea le persone che hanno reso possibile la realizzazione di un determinato oggetto o servizio.

Mostrare il lato umano di un progetto fa parte di una cultura aziendale human, volta ad instaurare un rapporto quasi personale con il consumatore/utente: questo, percependo la comunicazione "calda" e personalizzata sulle sue necessità e sentendosi capito, non solo sceglierà il tuo brand, ma lo preferirà ad altri.



### Samantha Visentin

Consulente e Trainer sul marketing strategico per l'umanizzazione del brand, Strategist Specialist, Formatrice, Autrice dei libri "Umanizzare il Brand" e "Digital Human Marketing" pubblicati da Maggioli Editore.

Specializzata in strategia digitale in ottica human. Si occupa di comunicazione digitale, strategie di marketing online e personal branding per conto di PMI a livello nazionale. L'umanizzazione digitale rappresenta il file rouge della sua intera attività.

SINGOLO CORSO ONLINE  
QUOTA DI ISCRIZIONE: 119 € + IVA  
PER GLI ASSOCIATI ASSIRM  
È RISERVATO UNO SCONTO DEL 20%  
Iscrizioni online, [registrati qui](#).

Per ulteriori informazioni:

ASSIRM  
Tel. 02 58315750  
[centrostudi@assirmservizi.com](mailto:centrostudi@assirmservizi.com)

  
**ASSIRM**  
Ricerca. Conoscenza. Futuro.