

(Mobile ebook) Il marketing esperienziale (Italian Edition)

## Il marketing esperienziale (Italian Edition)

Ramona D'ascenzo

DOC | \*audiobook | ebooks | Download PDF | ePub



[Download](#)

[Read Online](#)

#3893304 in eBooks 2013-08-20 2013-08-20 File Name: B00EQZF50K | File size: 24.Mb

**Ramona D'ascenzo : Il marketing esperienziale (Italian Edition)** before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Il marketing esperienziale (Italian Edition):

Il nostro attuale mondo egrave; in una fase di grandi e rapidi cambiamenti nella societgrave; apparentemente fanno riferimento allrsquo;economia, ma in realtgrave; coinvolgono tutto i settori delle societgrave; e tutti i paesi del mondo.Le nuove tecnologie iniziando dal telefono e per arrivare ai tempi odierni le tecnologie come internet fanno diventare vicini anche paesi lontanissimi.Questa vicinanza anche tra popoli e culture molto diverse tra loro fa sigrave; che si vada verso una omologazione del patrimonio culturale.La facilitazione degli scambi commerciali anche tra paesi

molto distanti dati dal progredire dei mezzi di trasporti navi ma anche aerei hanno fatto sì che si avesse un incremento vertiginoso della produzione e la caduta del mondo sovietico ha portato all'apertura di un mercato nuovo che aveva bisogno di dotarsi di ogni bene. Questo cambiamento epocale a livello politico ha aperto la strada a tutta una serie di accordi inizialmente solo per le merci di libero scambio, la caduta di tutte quelle barriere di protezionismo nazionale ha rapidamente cambiato il mondo industriale. Per gli imprenditori il bacino di vendita si allargava sempre più, e si credeva che il mercato non avesse bisogno di regole e si regolava da solo al suo interno. Le imprese diventano sempre più grandi, vendono in tutto il mondo e producono con stabilimenti dislocati in vari paesi: nascono così le multinazionali, aziende talmente grandi da poter fare grandi investimenti in ottica opportunistica, infatti, si sono avuti investimenti proprio in quei paesi con il costo del lavoro basso oppure nei paesi che hanno le maggiori risorse naturali. Perciò, valorizzare le risorse tipiche di un determinato luogo è un passo importante per la creazione di brand tipici di riferimento di certe individualità; e diventano elemento di differenziazione per competere con i prodotti standardizzati e trarre il proprio vantaggio competitivo non dalla leva del prezzo. Inoltre, trarre beneficio da un luogo significa far crescere tutta quell'economia locale, ossia la dimensione ambientale che come quella culturale e sociale attraverso un mix di comunicazione rende l'esperienza ancora più profonda e non ripetibile perché legata ad un luogo fisico. Ma non genera un equilibrio come teorizzano i sostenitori del libero mercato, non produce benessere e felicità per tutti gli individui ma la società civile attraversata da una fase particolarmente instabile sia dal punto di vista antropologico, sia economica. E in questo contesto nuovo e ancora dagli scenari incerti che le aziende devono capire e applicare correttamente il marketing esperienziale affinché sia veramente uno strumento che dia valore aggiunto al prodotto o servizio e lo sia anche per l'azienda e il cliente.