



Cerca B2corporate



[NEWS](#) [IMPRESA](#) [NEW BUSINESS](#) [MARKETING](#) [TECNOLOGIA](#) **[RECENSIONI](#)** [SERVIZI](#) [ACADEMY](#)

[SHOP](#) [DOWNLOAD AREA](#)



[Home](#) / [Recensioni](#)

Post Millennial marketing: scenari e strategie

B2corporate Academy



Excel e VBA

Da zero all'automation

Massimo Zuocchini

€80

[Iscriviti subito!](#)

MERCOLEDI, 11 OTTOBRE 2017



LUCA VANZULLI

RECENSIONI

0 COMMENTI

Post Millennial Marketing – il marketing di nuova generazione è il titolo del nuovo libro di **Federico Capeci**, Chief Digital Officer & Ceo Italia di Kantar Insights, edito da FrancoAngeli. Quello dei Millennials è un fenomeno da studiare, approfondire, ribaltare e studiare di nuovo. Una generazione in costante evoluzione strettamente interconnessa alla digital transformation e al marketing delle esperienze.

Post Millennial marketing: quali scenari? Chi scrive, ritiene il libro di **Federico Capeci**, una guida preziosa per assimilare meglio la **Millennial Transformation** e innescare gli stimoli dinamici per darsi risposte sul futuro del marketing e dei possibili modelli implementabili.

Post Millennial Marketing

Marketing
di nuova Generazione

Federico Capeci

FrancoAngeli
Community
Corporate & Marketing Communication

Millennial Age: omnicanalità e disintermediazione della comunicazione

I Millennials, come evidenziato nell'introduzione del libro di **Federico Capeci**, sono una **generazione che guarda avanti** e appare disinteressata a capire il passato, perché sanno che il cambiamento continuerà a marciare repentinamente. Si assiste alla **disintermediazione della comunicazione** dominata dalla **fruizione ed erogazione multicanale delle informazioni e dei contenuti**.



Analisi dei dati con le Tabelle Pivot Excel

Da livello base ad avanzato

Massimo Zucchini

€40

Iscriviti subito!

I NOSTRI PRODOTTI PIÙ VENDUTI

Excel - Il calcolo Tabellare - Vol 1 -
Nozioni fondamentali

€15,00

Controllo di gestione in pratica -
Seconda Edizione - 2017

€9,99

Excel - Il calcolo Tabellare - Vol 2 -
Matrici e formule matriciali

€15,00



Applicazioni Aziendali Excel

€4,99

Tabelle Pivot Excel: analisi e
performance

€4,99



Modelli economici e finanziari in Excel

€5,99

Analisi di bilancio
Controllo di gestione
Bilancio Consolidato

PROVALO GRATIS!

pareto

www.finanziatoppareto.it

Una questione di mindset: è ora di cambiare. A chi parla il marketing di oggi?

Il marketing ha sempre saputo parlare ai giovani. Oggi cosa sta facendo e a chi parla? Sotto certi versi, il modo di operare del marketing tradizionale non funziona più, perché è pensato per la generazione X e non per i Millennials. **Questa è la prima affermazione forte del libro Post Millennial Marketing**, un punto chiave che fa riflettere e mettere sull'attenti il lettore. **Federico Capeci** getta l'amo e ti scaraventa in un mondo sconfinato ma reale. Ti guardi attorno e capisci che occorre trovare risposte. Ti risveglia dal torpore della Generazione X e ti mette in movimento alla ricerca dei possibili scenari futuribili. Il punto di partenza è comune: "occorre cambiare mentalità" nel modo di comunicare, creare relazioni e valore sia a livello economico che socio culturale. I Millennials vanno studiati e compresi.

C'era una volta il marketing che parlava ai Giovani

E ancora: il Millennial sa cercare in autonomia le informazioni di cui ha bisogno, nei tempi e nei modi di fruizione che meglio predilige. Ma il marketing e la pubblicità in generale sempre abituati a parlare ai giovani oggi di cosa e a chi sta parlando? Non certo ai Millennial, dato che solo il 19% di loro dichiara di riconoscersi nella pubblicità di oggi.

“Ricorda: Il marketing nasce dalla volontà o necessità delle aziende di cogliere il bisogno – esplicito o implicito, funzionale o emotivo – per dirigere verso di lui prodotti o servizi” – Federico Capeci

Identikit dei Millennials e confronti col passato

L'autore nei primi 3 capitoli traccia l'identikit del protagonista di oggi: i Millennials, enfatizzando su aspetti del marketing passato e su suoi stadi evolutivi fino ai giorni nostri: l'era del Millennial Big Bang. Un confronto di giovani generazioni: Baby Boomers, Generazione X, generazione XY. Peculiarità, valori, aspettative e logiche diverse.

Ci troviamo di fronte a una generazione imprevedibile che vuole essere parte attiva del processo di produzione di un prodotto. Una generazione che sa costruire una propria identità in modo inedito, spavaldo e indirizzato dalla digital transformation. Il fattore critico di successo è celato nei Big data e nella strategia di data analysis.

Millennials: i 5 elementi base – S.T.I.L.E.

La quarta parte del libro passa in rassegna le peculiarità dei Millennials

La web forma mentis e del tutto subito tipica dei Millennials, conduce l'autore a descriverne lo S.T.I.L.E., individuando 5 elementi base che evidenziano il loro modo di vedere il mondo e agirvi. I



BREAKING NEWS

Powered by Spidwit technology

- > Partite Iva, prime 70 pagelle del Fisco entro fine anno e le altre 83 nel 2018
- > ADUC – Tlc – Comunicato – Internet e i computer fanno male ai bambini piccoli
- > iPhone X – Why Apple's new smartphone is way ahead of Galaxy S8 and other Android rivals
- > Con Pietro Leemann, l'energia di LifeGate diventa stellata.
- > Borghi della Toscana, quali prospettive? – Greenreport: economia ecologica e sviluppo sostenibile
- > Smart city, ecco le startup per il rilancio delle costruzioni
- > Internet delle cose, impreparata la metà delle imprese italiane

TIMELINE DELLA SETTIMANA

- MER, 11 OTT 08:48 **RECENSIONI**
Post Millennial marketing: scenari e strategie
- MAR, 10 OTT 08:17 **NEWS**
Informazioni commerciali e strategia: intervista a Fabio Lazzarini
- MAR, 10 OTT 07:38 **NEW BUSINESS**
Facile.it franchising: innovazione e business model
- LUN, 9 OTT 07:00 **IMPRESA**
Costi fissi e variabili: quale impatto sul bilancio
- VEN, 6 OTT 09:04 **IMPRESA**
Conto economico riclassificato excel [guida pratica]
- VEN, 6 OTT 08:26 **MARKETING**
Digital marketing: strumenti e strategie
- VEN, 6 OTT 07:22 **NEW BUSINESS**
Pay Tv online: in crescita del 36% – Analisi Facile.it

I PIÙ LETTI DELLA SETTIMANA

5 ingredienti base presi in esame sono:

- Socialità,
- trasparenza,
- Immediatezza,
- Libertà
- Esperienza.

Per chi ha figli Millennials si ritrova ampiamente concorde con quanto emerge pagina dopo pagina del libro *Post Millennial Marketing* – il marketing di nuova generazione.

L'imperativo è pressante: occorre cambiare mentalità e capire il fenomeno Millennials.


Siamo noi generazione X a dovere fare lo sforzo per avvicinarsi e adattarsi a questa nuova era. A loro, ai Millennials non interessa adattarsi a un qualcosa che è lontanissimo per peculiarità e logiche di azione e relazione.

Il messaggio pubblicitario deve cambiare pelle e deve generare un effetto discussione, social e che deve essere spinto dal passaparola. Una connotazione forte interconnessa all'esperienza nella relazione e non alla semplice necessità di soddisfare un bisogno o beneficiare di un prodotto, come avveniva in passato.

Il **quinto capitolo** quello conclusivo è dedicato al Futuro ovvero al **Post Millennial marketing**. Il lettore ormai ha avuto la giusta iniezione positiva del cambiamento in atto. Capeci evidenzia come “i Millennials ci devono interessare perché sono ragionevole rappresentazione del nostro prossimo futuro. È fondamentale tenere monitorato il sistema di valori delle generazioni a confronto (Baby Boomers, X Generation, Millennials); è altresì rilevante esaminare le aspettative delle tre generazioni verso i brand. La combinazione porta pertanto a diversi approcci e strumenti di marketing per attrarre i target che interessano ai brand. La Millennials age segna la fine del modello lineare e obsoleto A.I.D.A. e delle sue 4 fasi ((Creare attenzione, Stimolare interesse, generare desiderio, favorire l'acquisto) che aveva avuto successo con la Generazione X. Capeci formula una proposta di Marketing operativo che chiama “**frame Post Millennial Marketing**”. Un approccio fondato su 6 pilastri fondamentali che sono con l'obiettivo di generare valore:


- **Listen to markets,**
- **Pop-up in moments,**
- **Surprise with constents,**
- **Facilitate action,**
- **Enrich experience,**
- **Connect with brand purpose.**

In un simile contesto diventa rilevante la gestione dei Big data, l'integrazione delle diverse fonti dati e la data analysis. La funzione del **Consumer Insight** diventa strategicamente rilevante: *“deve essere in grado di generare insight attraverso fonti variegata. La modalità deve essere quella di muoversi in logica di proattività, di ascolto e facendosi stimolare dal consumatore”*.




IMPRESA
40 modelli excel gratuiti per

DOM, 1 OTT




IMPRESA
PMI: come incrementare il fatturato

VEN, 6 OTT




IMPRESA
Business Plan Bar esempio

VEN, 29 SET



IMPRESA
Condividere e lavorare contemporaneamente


SAB, 30 SET




IMPRESA
75 esempi in excel per il tuo

MAR, 13 GIU


RECENSIONI




Post Millennial marketing:
★★★★☆



Digital Fundraiser: competenze
★★★★☆



Digital copywriter: guida
★★★★☆



Più vendite in meno tempo:
★★★★☆