

La comunicazione d'impresa com'è concepita oggi è in sofferenza. Le aziende non sono più in grado di destinare budget elevati in un'attività il cui ritorno è sempre più incerto. Questo libro è stato scritto per dimostrare che il problema sta, innanzitutto, nella logica con cui si concepisce il "consumatore" (customer) e lo si bombarda di messaggi. Il testo sostiene che il "consumatore" non esiste, esiste il cliente-persona (human) la cui ricchezza individuale va colta a tutto tondo, soprattutto nelle relazioni fra valore dell'impresa ed effettive necessità: dalla *customer satisfaction* alla *human satisfaction*. In questo processo sono coinvolti la *multicreatività*, prodotto del team multidisciplinare dove si uniscono più ambiti (non solamente di marketing) e la *comunità di marca* che è il mondo riconoscibile dell'impresa. Il tema della human satisfaction viene affrontato anche attraverso gli autorevoli pareri di una quarantina di imprenditori e manager appositamente interpellati, nonché con capitoli di approfondimento firmati da specialisti. Non è pertanto un volume di cruda teoria, bensì una proposta concreta di comportamenti attivi e una provocazione volta a inaugurare un nuovo mondo di comunicazione di brand e d'impresa.



Marzio Bonferroni

Nato a Firenze, lavora a Milano. È fondatore e presidente di UniOne - Architetture di comunicazione, società consulenziale e operativa aderente ad Assolombarda. La sua visione della Human Satisfaction ha ottenuto pareri favorevoli da imprenditori, manager e opinion leader, fra cui Philip Kotler. Ha tenuto corsi, seminari e relazioni alla IULM e in altre Università. Ha firmato per anni la rubrica sulla Human Satisfaction per il mensile Mark Up.

Marzio Bonferroni

La nuova era della comunicazione



La nuova era della comunicazione

Human satisfaction,
multicreatività,
comunità di marca

€ 29,90

ISBN 978-88-481-2641-0



9 788848 126410