

Vortici digitali. I micromomenti della digital transformation, quali asset per le organizzazioni?

Internet è una piattaforma di soddisfazione di bisogni ed occorre sempre considerarlo laddove si intenda servirsene per sviluppare iniziative di comunicazione, di marketing e di business: in questa prospettiva un'azienda ha il compito sia di intercettare e soddisfare tali bisogni attraverso attività **SEO** e social che partano dagli interessi del proprio target sia di rispettarne i diversi e progressivi momenti di scoperta e di decisione.

Non tutte le attività che la Rete può consentire di mettere in campo stanno infatti sullo stesso livello, ma rappresentano una molteplicità di “micromomenti”, un ventaglio di nuove opportunità di comunicazione e nuove sfide per il marketing e la web analytics.

Tali micromomenti – se guardiamo anche agli investimenti da parte delle grandi aziende online che talvolta appaiono visionari come **Google Home** o **Amazon Alexa** – stanno oggi colmando il tradizionale gap fra “online” e “offline” per consentire nuove forme di integrazione del *customer journey* e offrire nuove tecniche al marketing digitale.

Digital transformation è dunque partire da questa prospettiva e adeguare la strategia alle *buyer personas* che mai come in

questa generazione si differenziano quanto a familiarità con la tecnologia e rendono possibile l'introduzione di tecniche digital come l'e-commerce anche in contesti business-to-business: la propensione all'innovazione è dunque l'unica garanzia per cautelarsi di fronte al complementare rischio di **digital disruption** da parte di soggetti che, con più margini sul fronte del modello di business, rappresentano oggi nuovi ed ancor più temibili concorrenti perché cambiano le regole del gioco.

Servirsi delle piattaforme digitali e del loro principale asset, i dati, sviluppare iniziative di content marketing e sollecitare modi nuovi per comunicare – dall'influencer marketing all'employer branding – è oggi una responsabilità e non solo una opportunità per qualunque organizzazione.

The post Vorticidigitali. I micromomenti della digital transformation, quali asset per le organizzazioni? appeared first on Key4biz.

<https://www.key4biz.it/vorticidigitali-i-micromomenti-della-digital-transformation-quali-asset-per-le-organizzazioni/222448/>