Un secondo post di seguito un po’ teorico. Il problema che voglio affrontare brevemente in questo post è un’inquadratura personale e spero condivisibile di cosa può essere il web marketing.

Il mio lavoro da più di 5 anni è il web marketing, ho lavorato per liberi professionisti, agenzie di comunicazione e piccoli imprenditori. Tutto è cominciato con un breve corso di formazione in cui ho potuto prendere in considerazione questa professione. Tra le altre varie cose in tema, c’è stata anche una breve esperienza in una società di ricerche di mercato.

Il web marketing per me è una pratica e anche un know how gestionale, utile ad aziende e professionisti. Il marketing si fa per le aziende e nelle aziende ma si studia anche nelle università, inizialmente solo in quelle ad orientamento economico gestionale. Adesso non è più così perché il marketing con le sue tante declinazioni è studiato nei corsi di laurea più disparati.

Non c’è bisogno di laurearsi per gestire un’azienda e fare marketing, e neanche per offrire servizi alle aziende, ma come in tante cose la riflessione e lo studio può aiutare a fare meglio. Io sono laureato in sociologia, ho fatto un corso di formazione come animatore dello sviluppo locale e poi mi sono specializzato anche in altri campi. Ho letto abbastanza di web marketing in questi anni, soprattutto sul web ma anche attraverso qualche manuale. In maniera continuativa esamino problemi e cerco soluzioni in questo campo, con le mie sensibilità e competenze personali.

In ogni caso, il web marketing vuole migliorare la capacità delle aziende e dei professionisti di mettersi in contatto col proprio mercato potenziale. Per fare questo è necessario occuparsi di gestione delle aziende, per capire come implementare nuovi comportamenti organizzativi. Devi occuparti di economia, cioè di denaro e di processi di produzione e distribuzione di prodotti e servizi. E’ necessario inoltre rapportarsi alle persone, ai clienti e ai loro bisogni e comportamenti. Dunque chi lavora nel web marketing deve essere anche un po’ psicologo, possibilmente per fare stare meglio le persone.

Tutto questo know how, teorico e pratico, declinabile in tanti modi diversi, non è contenuto solo nei manuali che hanno nel titolo la parola marketing. Neanche è bene che questo lavoro venga svolto con un vocabolario troppo ristretto, da specialisti incomprensibili, perché il rischio minore è quello di annoiarsi e annoiare mentre quello maggiore è di smettere di pensare a strade nuove. Per me tutto questo può rientrare in una categoria più ampia di pensiero e pratica, che preferisco

chiamare ricerca sociale.

Se vuoi aggiungere le tue considerazioni lascia un commento.