

Nel campo del web marketing è importante non diventare dipendenti da definizioni uniche e troppo restrittive, sia quando si parla tra specialisti sia quando ci si rivolge ai clienti.

Comunicazione di impresa, pubblicità, reclame, che è un termine ora in disuso, ogni parola è portatrice di un focus particolare, di una tradizione di utilizzo e per questo preziosa per farsi capire.

Ma quando la necessità di capirsi diventa nominalismo, dove le parole hanno più importanza delle cose che indicano, allora può esserci qualche problema. In particolare modo, quando i termini diventano inutili confini disciplinari e esclusione dei non addetti ai lavori.

Per questi motivi è bene utilizzare molti termini diversi e non cadere in un impoverimento del linguaggio o in ragionamenti stereotipati.

Contattami per idee e proposte di collaborazione.