

**"COMUNICARE L'INDUSTRIA DI MARCA" - IV SEMINARIO**

# **SOCIAL BRANDS**

**L'INTERAZIONE CON GLI STAKEHOLDER  
COME VANTAGGIO COMPETITIVO**

31 gennaio 2013 - Distillerie F.lli Branca, Milano



Bocconi

SDA

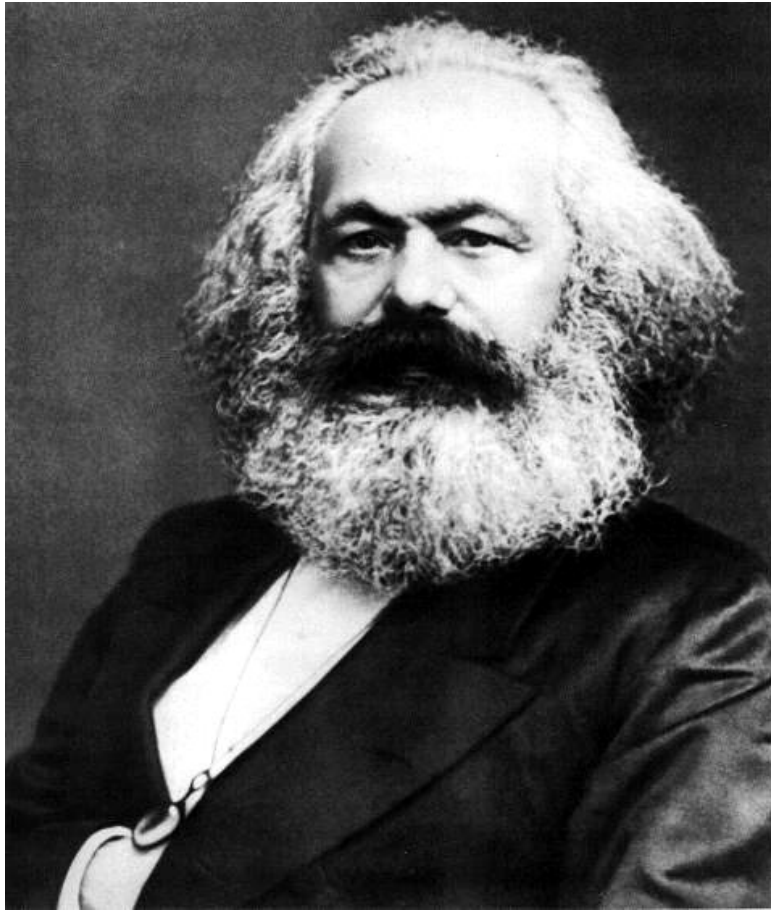
# Brand Social Therapy

*La Marca, in crisi d'identità, s'iscrive al Club Dialogatori Anonimi*

**Prof. Carlo Alberto Carnevale Maffè**

*Bocconi University – SDA Bocconi School of Management*

# Le profezie del Vate di Treviri



- I mezzi di produzione (delle informazioni digitali) appartengono al popolo  
*(ne avete in tasca almeno uno a testa).*
- Lavoratori e Clienti di tutto il mondo, coordinatevi  
*(su Twitter & FaceBook...).*

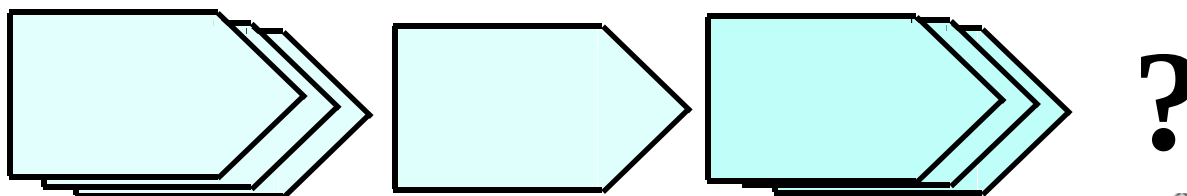
# La fine del monopolio delle imprese sul valore aggiunto

2000-2012

- Web 1.0: Impatto su “**Information asymmetries**”
- Nuove forme di disintermediazione, re-intermediazione

*Ma:*

- Immutata struttura di mercato tra domanda e offerta

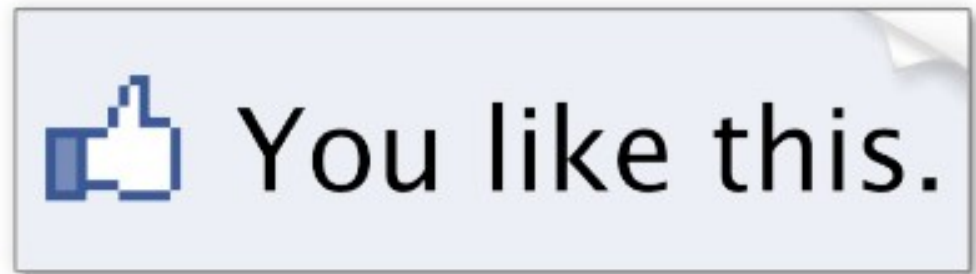


2012-2020

- Social Networking: Impatto su “**Organisation asymmetries**”
  - Nuove forme di produzione distribuita/collaborativa
- e:*
- Cambiamento della struttura del mercato, fine del monopolio aziendale sul sistema d'offerta e sulla gerarchia organizzativa

# Il dito del cliente

- Il pollice
- L'indice
- Il medio
- (*L'anulare*)



# Is The Customer still king?

*(No. She's VP for Cost Reduction)*

“Il cliente è troppo costoso per lasciarlo nelle mani del Marketing”

% dei costi  
aziendali

```
graph TD; A[% dei costi aziendali] --> B[Customer-related: Costantemente cresciuta e poco controllata]; A --> C[Supply-related: Costantemente ridotta e maniacalmente controllata];
```

**Customer-related:**

Costantemente cresciuta e poco controllata

**Supply-related:**

Costantemente ridotta e maniacalmente controllata

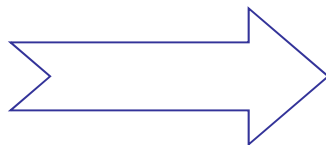
*“Il Cliente?”*

*Sinceramente, ci ha rotto i maroni”*

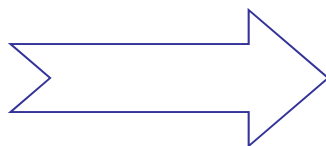
Teddy Casadey, CEO  
Maialificio Casadey



# Pirelli (2007): i Bikers si mostrano loquaci ed esigenti



3%



43%

**Italia: 14 milioni di messaggi sui temi automotive, dei quali oltre 6 milioni su temi motociclistici**

VIDEO



# Pirelli (2012): i risultati dell'execution

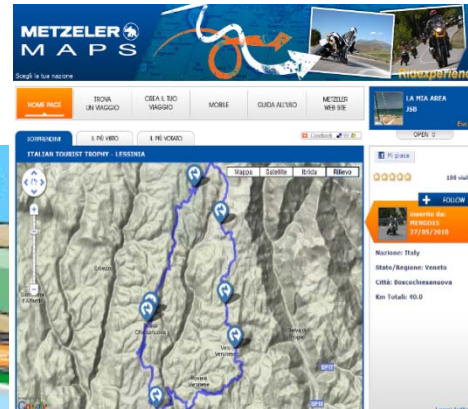
## GAMES



## EVENTI



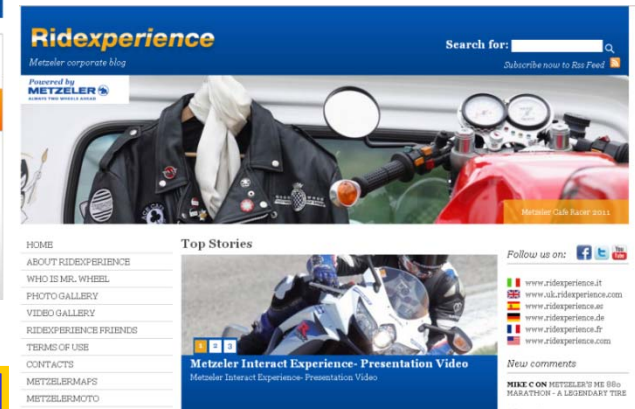
## SERVIZI



## NUOVI PRODOTTI



## NEWS



## NUOVI MODELLI DISTRIBUTIVI

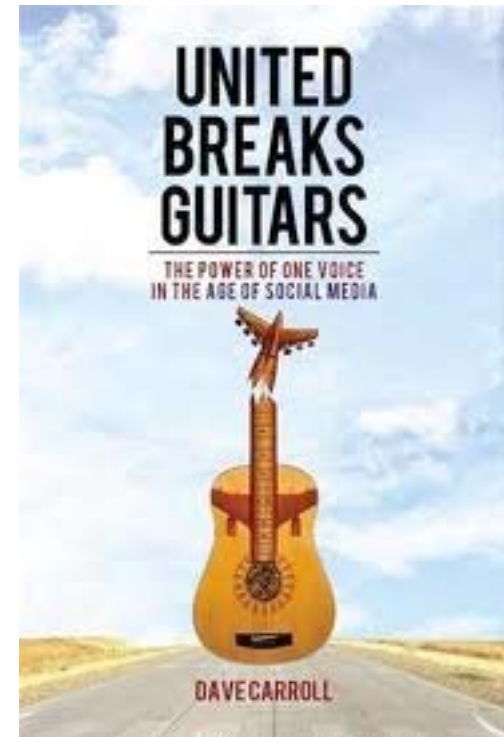




## “You’re liable, just admit it”

- L’incredibile viral story di Dave Carroll vs. United Airlines
- Una chitarra da 900€. Danneggiata durante il volo dall’ incuria di United Airlines.
- Nove mesi di rimpalli da parte della struttura di customer care dell’azienda.
- Un video musicale prodotto con 150\$
- Oltre 10 milioni di visualizzazioni su YouTube, milioni di tweets, 339 siti di mainstream news, 777 blogs. In pochi giorni.
- Il titolo United Airlines crolla del 10%, perdendo 180 milioni di dollari.

*“I should’ve flown with someone else - Or gone by car.  
‘Cause United breaks guitars”*



[United Breaks Guitars - VIDEO](#)



## Internet, la TV con le orecchie

- I media sono un mercato (*nero*) di organi umani...
- La TV è mercante d'occhi
- Internet ha imparato a diventare mercante di dita...



## Al centro tra search e social

- Aggregatori come mediazione equilibrata tra reiterazione infinita del noto (search) e anarchia improvvisata del sociale (social).
- Il search indicizza la *frequenza statistica*, l'aggregatore la *rilevanza culturale* del contenuto.
- Il search vende numeri **cardinali e assoluti**. L'aggregatore vende numeri **ordinali e relativi**.
- *Il diverso valore economico è nel differenziale della rilevanza*



## Dopo il ROPO, il DOPO

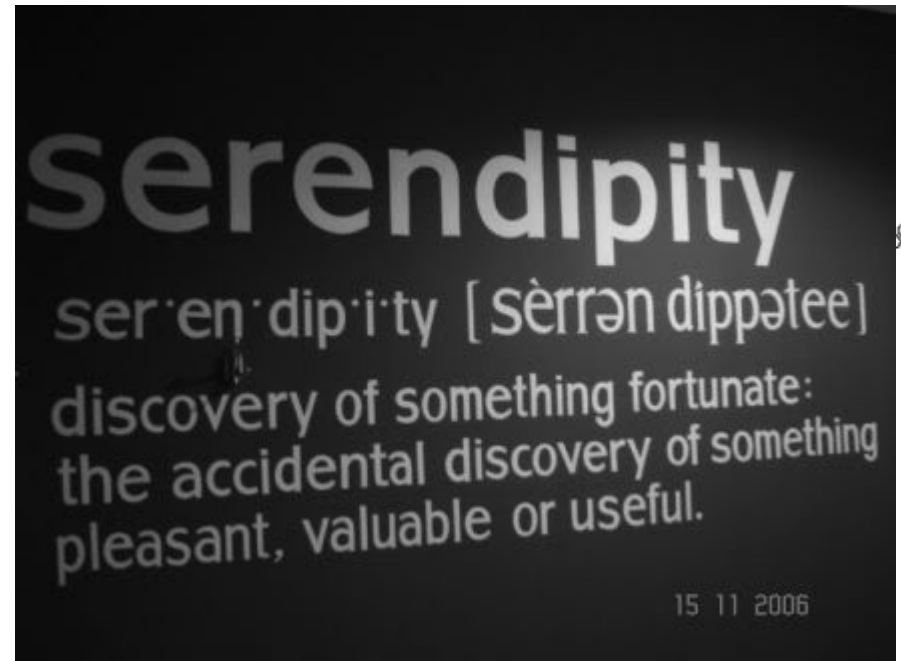
- **Search vs discovery**
- Nessuno cerca ciò che non conosce.
- Un prodotto nuovo non si cerca, si trova. Si scopre.
- Non c'è una keyword di ricerca per l'innovazione di prodotto e servizi



# Surprise, surprise!

## Il Brand-Editore, l'ultima serendipity

- Brand-Editore come mediatore della rilevanza sociale
- Hub dei flussi di interesse e di sorpresa.
- Sorpresa di qualità, non curiosità morbosa per spazzatura oculare



# Quant'è bella l'Attenzione, che si fugge tuttavia

- Motore di rilevanza, con sistema di leve editoriali e contralbero di equilibratura semantica
- L'inserzionista diventa mecenate del contenuto non opportunista dell' attenzione accidentale

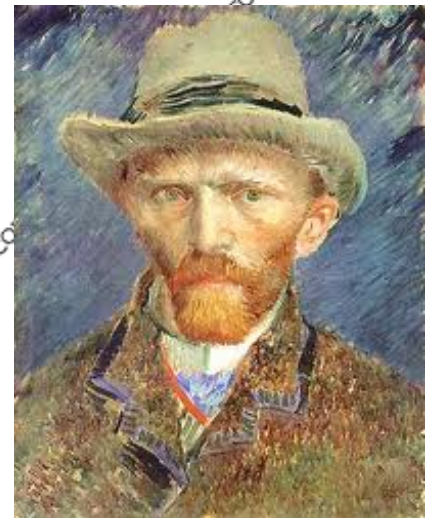
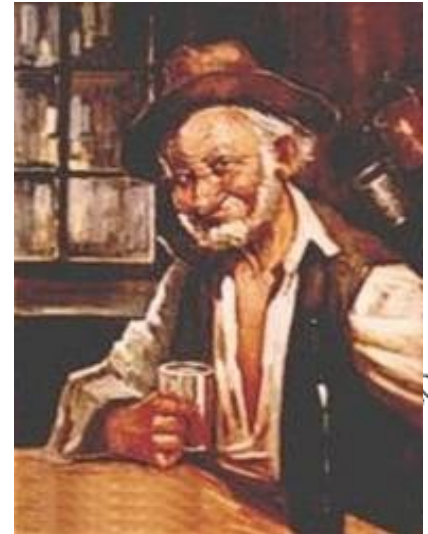


SDA Bocconi SDA Boc



# User Generated Content, ovvero tutti saprebbero dipingere un uomo col cappello

- Caro Brand, vuoi essere associato a Teomondo Scrofalo da un riciclatore algoritmico e irresponsabile di UGC?
- Mediazione aggregativa come polizza d'assicurazione contro le Esternalità Negative dei contenuti-spazzatura



# “I mercati sono conversazioni”

David Weinberger, *The Cluetrain Manifesto*

## ▪ Il Brand?

- Macchina per produrre e distribuire consumer goods?
- Organizzato per canali e territorio?

*No, grazie*

## ▪ La (Nuova) Marca è:

- Motore semantico di un'architettura sintattica
- Piattaforma di dialogo, inesausta conversazione sui desideri e sulle esperienze



# Grazie e buon lavoro!

*Prof. CarloAlberto Carnevale-Maffè*  
*Scuola di Direzione Aziendale – Università Bocconi*  
*Email: [carloalberto.carnevale@sdabocconi.it](mailto:carloalberto.carnevale@sdabocconi.it)*

SDA Bocconi SDA Bocconi SDA Bocconi SDA Bocconi SDA Bocconi SDA Bocconi SDA Bocconi SDA Bocconi SDA Bocconi SDA Bocconi