

CIMO

COMUNICAZIONE | IMPRESA | MEDIA | ORGANIZZAZIONI COMPLESSE



Il volto strategico di Facchinetti e Ballarani

30 ottobre 2017 30 ottobre 2017

Il 24 Ottobre è stato organizzato presso l'**Università Cattolica del Sacro Cuore** un incontro sul **marketing digitale** grazie al contributo dell'organizzazione culturale studentesca **Liveconomy** (<https://www.facebook.com/liveconomy.unicatt/?ref=ts>). Gli ospiti **Francesco Facchinetti** e **Gianluigi Ballarani**, (<https://www.facebook.com/ballarani/?ref=ts>) fondatori dell'agenzia di marketing online **Hotleads**, hanno fornito spunti interessanti per sviluppare strategie per il **successo online** a partire dalla loro personale esperienza.

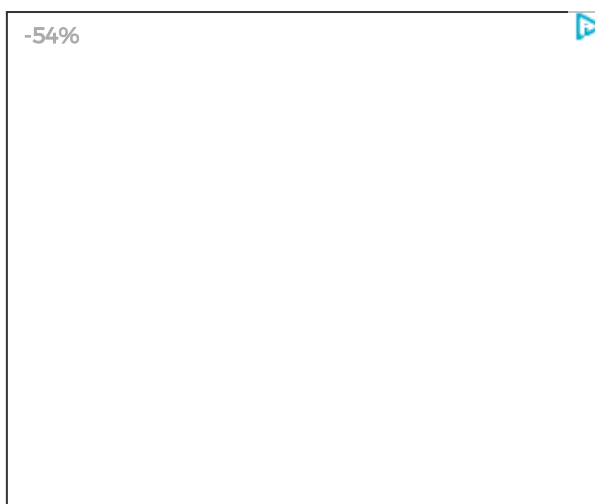
Facchinetti (<https://www.facebook.com/francescofacchinettiofficial/?ref=ts>), dopo avere introdotto i cambiamenti prodotti dal **Web 2.0**, ha sottolineato come sia fondamentale partire dalle **"esigenze"** per creare qualcosa di nuovo. Esigenze sia personali sia di mercato, mai da dare per scontate per la costruzione di una strategia online di successo. Per quanto riguarda il primo aspetto, ci ha raccontato la sua esperienza personale a partire dal suo impegno nell'organizzazione di **feste** al fine di mettere da parte un budget per comprare il motorino che tanto desiderava. **Ballarani** ha invece spiegato il concetto di esigenze di mercato parlando del caso **"digitalization"**, un contest a cui hanno aderito oltre 2000 persone. Il risultato finale è stato che la maggioranza delle idee proposte per creare un nuovo **business** presentava problemi di attuazione dovuti alle inefficienze di mercato. La chiave per produrre un nuovo business vincente non è creare qualcosa di nuovo, ma analizzare queste inefficienze e risolverle. È quindi più importante cercare di migliorare qualcosa che esiste già che inventare una nuova idea. Altro elemento fondamentale è **la regola d'ingaggio**, ovvero il motivo per

cui l'utente portato a scegliere un prodotto piuttosto che un altro. Ci hanno inoltre esposto il loro punto di vista riguardo al **fallimento**: non sempre è negativo in quanto può anche rappresentare parte della crescita.

E' importante rendere il prodotto visibile, ma soprattutto attirare l'attenzione. La loro agenzia è nata dall'idea di recarsi presso aziende che non vendono i loro prodotti e aiutarli così nelle operazioni di **vendita**, partendo quindi da un'esigenza di mercato.

Complessivamente l'evento ha riscosso un grande successo sia per la rilevanza degli ospiti invitati sia per l'attualità dell'argomento trattato. Uniti dalla passione per il digital marketing, questo incontro ha riunito studenti provenienti da diversi percorsi di studio.

Rossella Cavalluzzo, Lorenza Di Feo e Francesca Padalino



Publicato in: CIMO meet..., digital, media, Professionisti | Tag: ballarani, business, digital marketing, facchinetti, successo online, web 2.0



Publicato da cimoreporter

[Vedi tutti gli articoli di cimoreporter](#)

[CREA UN SITO O UN BLOG GRATUITAMENTE PRESSO WORDPRESS.COM.](#)