

Advertiser

COMMUNICATION STRATEGIES

[HOME](#) [CHI SIAMO](#) [CONTATTI](#) [ABBONAMENTI](#) [AGENDA](#) [IL MAGAZINE](#) [GLI SPECIALI](#)



CERCA IN ADVERTISER.IT

- [Brand](#)
- [Media](#)
- [Mobile](#)
- [Ricerche](#)
- [Aziende](#)
- [Agenzie](#)
- [People](#)

/ [Brand/Eventi](#)

[“The Future of Digital Marketing”: Kotler, troppo spazio agli algoritmi](#)

3 dicembre 2018



Si è appena chiuso l'evento **“The Future Of the Digital Marketing”**, che si è svolto presso il **Collegio Borromeo** di Pavia. L'iniziativa è stata organizzata dall'**Alma Mater Ticinensis dell'Università di Pavia** e dall'agenzia internazionale di Marketing Digitale, **Hotlead**, avendo come partner il **Philip Kotler Marketing Forum**.

Il Prof. **Philip Kotler** ha parlato dei grandi cambiamenti che il digitale ha portato nelle vite di tutti, riconoscendo i sensibili passi avanti compiuti dal *Marketing* su Internet, ma ha anche messo in guardia: “L'Intelligenza Artificiale e gli Algoritmi prendono troppe decisioni per noi”. Tale spunto di riflessione è nato dal fatto che un Algoritmo possa diventare obsoleto in quanto non in grado di prendere in considerazione delle variabili della vita di una persona, oppure di mutate condizioni che possano verificarsi.

“Oggi, per ottenere un prestito in banca, occorre passare per un algoritmo, non si parla più con il banchiere che è in grado di considerare anche altri fattori. I dati inseriti sulla persona, in quel momento, molto probabilmente, cambieranno con il tempo, perché la sua vita cambierà”. Tutto ciò è andato a inserirsi sul delicato tema dell'uso

dei personal data sul web e dell'e-privacy degli utenti. A tale proposito, il Prof. Kotler ha evidenziato il fatto che il concetto di privacy non è riconosciuto come un valore in tutto il mondo, ma che, di fatto ne abbia molto: ad esempio per il progetto **HUDI**, che intende ricavare un reddito, o almeno, un vantaggio per gli utenti consentendo loro di sfruttare i rispettivi dati personali.

Riguardo l'Intelligenza Artificiale che, al momento, è ancora agli albori, non ne vede una grande capacità di intercettare le reali esigenze dell'utente, come le mail pubblicitarie, gestite da questi sistemi e inviate durante la notte, ma la situazione cambia quando i personal data vengono organizzati da sistemi di analisi predittiva che consentono di avvicinarsi molto verosimilmente alla realtà. Il Prof. Kotler si è anche soffermato sugli aspetti critici riguardanti l'uso del Marketing Digitale in politica con particolare attenzione al mondo *social*.

Gianluigi Ballarani, CEO di Hotlead ha evidenziato gli strumenti del Digital Marketing che risultano più promettenti, sottolineando che: "Questo evento ha avuto lo scopo di mostrare che il Digital Marketing non è relegato solo a un concetto di vendita. Sta diventando uno strumento essenziale in ambiti che, fino a pochi anni fa, erano impensabili, come il suo connubio con l'intelligenza artificiale e la sua capacità di condizionare le scelte dei cittadini nella loro decisione di voto. E siamo solo all'inizio. La tecnologia si sta evolvendo a grande velocità e le potenzialità del digitale sono senza dubbio molteplici. Sta creando anche nuove professioni e nuovi posti di lavoro. È a questo settore che i giovani e le aziende dovrebbero guardare con grande interesse, perché è una realtà in crescita che ha e avrà molto da offrire".

Sono intervenuti anche la Prof.ssa **Antonella Zucchella**, Professore Ordinario di Marketing al Dipartimento di Scienze Economiche dell'Università di Pavia, il Prof. **Stefano Denicolai**, Direttore Executive MBA Ticinensis che, insieme a Gianluigi Ballarani, ha moderato la seconda parte dell'evento e il Dott. **Giuseppe Tamola**, Global Brand and Marketing Director di **YOOX** che ha fatto un brillante intervento sull' "**Artificial Intelligence and customer Happiness**" dove sono state raccontate alcune delle campagne più rappresentative di YOOX, studiate per suscitare emozioni e sensazioni da parte dell'utenza, attraverso tecniche di comunicazione e di *Neuromarketing*, realizzate grazie anche alla raccolta dati e all'uso dell'Intelligenza Artificiale.



TAGS

[algoritmo](#), [philip kotler](#), [ballarani](#), [hudi](#), [gianluigi](#)

Articoli correlati

- [Digitalization, il corso che spiega davvero il business digitale. A Milano il 7 e l'8 aprile](#)
- [BlaBlaCar presenta la sua nuova brand identity. Nel 2018 un motore di ricerca intelligente per collegare i piccoli centri](#)
- [Sbarca in Italia l' 'advertising that learns' di Rocket Fuel](#)

Commenti: 0



Aggiungi un commento...

Plug-in Commenti di Facebook

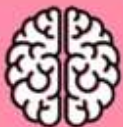


Advertiser Magazine
21.022 "Mi piace"

Mi piace questa Pagina

Condividi

Di' che ti piace prima di tutti i tuoi amici



Basta Scervellarsi
Per creare contenuti



[HOME](#) [CHI SIAMO](#) [CONTATTI](#) [ABBONAMENTI](#) [AGENDA](#) [IL MAGAZINE](#) [GLI SPECIALI](#)
[PUBBLICITÀ](#) [PRIVACY](#) [CONDIZIONI D'USO](#)



[brand](#)

- [FiloBlu investe e si espande sul territorio italiano: due nuove sedi a Verona e a Napoli](#)

- [Privalia apre un temporary shop presso lo store La Martina a Milano](#)
- [FutureBrand affianca il Gruppo Boero progetto di brand strategy e brand identity](#)

media

- [Schesir e myvisto di nuovo insieme per il lancio social della linea Schesir Bio](#)
- [Arkage firma l'operazione di engagement post digital per il lancio del film "Il Grinch"](#)
- [Avvenire festeggia il mezzo secolo di vita con tre edizioni speciali fino al 6/12](#)

mobile

- [Infront lancia FAN+, pensata per amplificare la user experience dei tifosi allo stadio](#)
- [Just Eat: online il primo restaurant bar di un'area sportiva](#)
- [SMSAPI: arriva in Italia la piattaforma di comunicazione via SMS per il mobile marketing](#)

ricerche

- [Zenith Advertising Expenditure Forecasts: l'online video e la paid search trainano la spesa pubblicitaria globale](#)
- [Qualità, trasparenza e sostenibilità nel Food per Millennials e Gen Z](#)
- [Futuro roseo per le PR, sempre più centrali per i brand. Il Report Icco 2018/2019](#)

aziende

- [FiloBlu investe e si espande sul territorio italiano: due nuove sedi a Verona e a Napoli](#)
- [Razer e Williams Esports: partnership strategica negli eSport da corsa](#)
- [Ebranditalia: l'estetica professionale sul web da "cheap" a "chic"](#)

agenzie

- [TBWA\Italia vince la gara per la nuova brand image di Perini Navi](#)
- [Geomagworld affida a Soldout il budget per la gestione delle attività Paneuropee](#)
- [Zenith vince il budget media globale di Lactalis](#)

people

- [Elvira Carzaniga nominata Direttore Surface](#)
- [Vito De Mitri nuovo Direttore Marketing](#)
- [Francesco Mutti è il nuovo Presidente](#)

Registrazione Tribunale di Milano

nr. 127 del 27/04/2016

Advertiser è un marchio di TVN srl

P. IVA 05793330969 © Copyright TVN srl.

Tutti i diritti riservati.