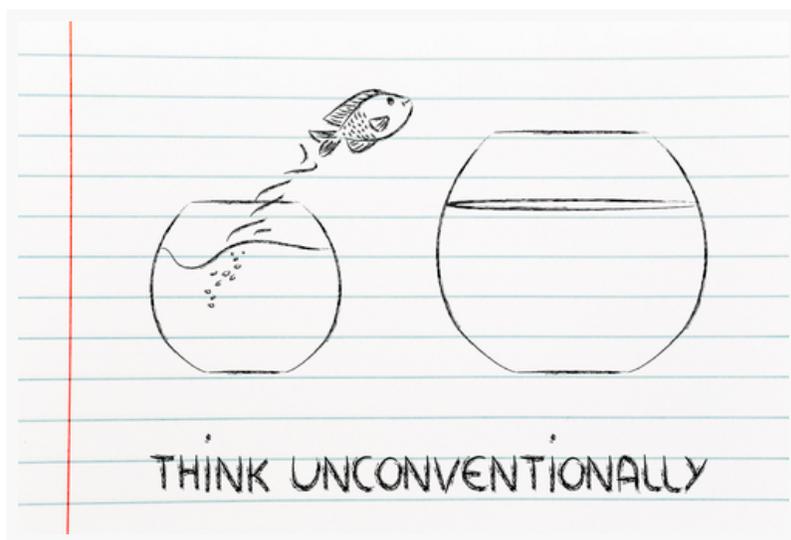


marketing non convenzionale: Definizione caratteristiche esempi e vantaggi



2 argomenti

[Definizione e caratteristiche](#)

[Esempi di marketing non convenzionale](#)

[3. Vantaggi e svantaggi del marketing non convenzionale](#)

[4. Conclusioni](#)

Il mondo della pubblicità e della promozione ci impone da anni sempre gli stessi modelli. I clienti sono ormai stanchi di vedere sempre le stesse immagini ed essere bombardati dai medesimi messaggi e sono talmente assuefatti da non prestare quasi più attenzione. Ecco allora che le aziende sono sempre alla ricerca di nuove forme di comunicazione e di promozione dei propri prodotti e servizi, per conquistare il cliente e vincere la sfida competitiva con i concorrenti. Da qui all'ideazione dei forme di **marketing non convenzione** il passo è davvero breve. Negli ultimi anni abbiamo assistito all'introduzione del guerrilla marketing, del **marketing virale**, del **buzz** e dello street marketing, tutte forme di **unconventional marketing** che hanno sempre lo stesso scopo: sorprendere il cliente e incuriosirlo a tal punto da creare quell'effetto ricordo che sarà poi la carta vincente al momento della decisione d'acquisto. Ma che cos'è il **marketing non convenzionale** e quali sono i suoi vantaggi e svantaggi? Scopriamolo insieme nella guida che segue.

Come 413 Aziende hanno aumentato del 300% il fatturato grazie al marketing diretto di Hotlead. [Guarda i casi studio da qui](#)

Ultimi articoli

[KPI: Definizione ed esempi di Indicatori chiave di prestazione](#)

[Come acquisire clienti con il social media marketing: tutto ciò che devi sapere prima di investire sui social](#)

[Come trovare nuovi clienti: Le 4 armi che ogni strategia online deve avere per trovare sempre nuovi potenziali clienti](#)

[Lead generation offline](#)

[Customer satisfaction e Customer experience](#)

Gli articoli più letti della settimana

- [1. Lead generation](#)
- [2. Marketing Diretto](#)
- [3. Acquisire clienti](#)
- [4. SEO](#)



Definizione e caratteristiche

Che cosa si intende esattamente per **marketing non convenzionale**? Si tratta di una forma di comunicazione, pubblicità e promozione dei prodotti che mira a presentarli al grande pubblico in modo innovativo, alternativo alle solite forme pubblicitarie.

All'interno di questo grande contenitore che è il marketing non convenzionale rientrano molte forme alternative di promozione come ad esempio la guerrilla marketing, lo street marketing, il **viral marketing**, tutte forme che sfruttano ambienti inusuali per la promozione del brand e dei prodotti e si basano su un elemento fondamentale del marketing non convenzionale, ossia il **passaparola**, anche definito con l'acronimo WOM cioè word-of-mouth. **L'elemento stupore**, infatti, si lega strettamente a quello del passaparola: chi vede in strada un'installazione pubblicitaria che incuriosisce ne parla con altri che a loro volta ne parleranno con altre persone, creando un funzionale effetto amplificazione. Tutto questo non farà altro che giovare al brand e aumenterà le sue quotazioni di vendita. Il marketing non convenzionale ha trovato nei nuovi media – in particolare il web e ovviamente i **social network** – un prezioso alleato per riuscire ad amplificare i propri effetti all'interno di una strategia di **marketing sul web**. Infatti quelli che possono essere considerati i titi di forza del marketing non convenzionale, ossia tanta creatività ma anche aviazione, effetto sorpresa e – perché no? – pure un pizzico di trasgressione, sono la loro vetrina perfetta proprio sui social che danno a questi elementi una visibilità virale. Un ultimo ma non per questo meno importante anello del marketing non convenzionale possono essere considerati gli influencer e i trend-setter che proprio attraverso strumenti come Instagram e **Facebook** danno avvio al processo di WOM.

Esempi di marketing non convenzionale

Abbiamo già visto come il marketing non convenzionale si basi sulla creatività e sullo stupore, due elementi che non necessariamente devono essere abbinati ad un elevato budget a disposizione. Nel corso del tempo sono molte le aziende, le organizzazioni e gli enti pubblici che sono ricorsi all'utilizzo del **marketing non convenzionale** per promuovere campagne o semplicemente prodotti e servizi. Un vero precursore del marketing non convenzionale può essere considerata l'azienda svedese Ikea che da anni utilizza questa tecnica affiancata alle campagne più tradizionali. Era il 2006 quando Ikea, nello stupore più totale di tutti i cittadini, lanciò a New York la campagna "Everyday Fabulous Exhibit" allestendo con i suoi mobili angoli piuttosto trascurati e dimenticati della città come ad esempio le fermate della metro in periferia, invitando i passanti a rendere la città un pezzo della propria casa: un ottimo esempio di guerrilla marketing che ha davvero fatto scuola. Ma il marketing non convenzionale è sfruttato anche dagli enti pubblici che in questo modo cercano

5. Segmentazione Target e Posizionamento
6. Strategie di marketing per vendere di più
7. Pubblicità su Facebook
8. Digital Marketing

Lecture consigliate da Hotlead

1. Creare clienti
2. Piano di Marketing
3. Aumentare le vendite
4. Aumentare le conversioni

Argomenti principali

- Brand
- Case History
- Content Marketing
- E-Commerce
- email marketing
- gestione risorse umane
- Lead generation
- lead nurturing
- Marketing
- marketing Diretto
- Mobile Marketing
- Pubblicità
- SEM
- Seo
- SMM
- web marketing



di sensibilizzare maggiormente le coscienze dell'opinione pubblica rispetto alle grandi e importanti cause umanitarie. Ad esempio per la giornata mondiale dell'acqua nel 2013, il ministero dell'ambiente del governo brasiliano ha utilizzato i lavandini dei bagni pubblici e dei centri commerciali, tappezzando ogni lavabo con l'immagine di un terreno eroso dalla siccità: un'immagine forte per far comprendere concretamente il rischio che si corre sprecando una preziosa risorsa come l'acqua. Il marketing non convenzionale può essere sfruttato anche dalle piccole aziende che non hanno grandi budget a disposizione: basta tanta creatività e voglia di stupire. Proprio come ha fatto uno studio dentistico che per promuovere i suoi servizi ha rivestito i pali della luce con un bel sorriso che mette in mostra i denti, su ognuno dei quali erano impressi i recapiti dello studio. Un'idea low cost che ha sfruttato la curiosità delle persone che, staccando i denti, portavano via i contatti del dentista, assicurando l'effetto ricordo al momento giusto.

Vantaggi e svantaggi del marketing non convenzionale

Il marketing non convenzionale è quindi un modo per stupire e per creare curiosità nel potenziale acquirente, cercando in questo modo di accendere il desiderio di possesso. Ma il marketing convenzionale è davvero adatto ad ogni tipo di azienda? Evidentemente i vantaggi del marketing non convenzionale sono davvero molti. Il primo e innegabile è sicuramente l'aspetto economico. Il marketing non convenzionale, infatti, non richiede necessariamente grossi investimenti economici ma solo creatività e innovazione. Questo rende **l'unconventional marketing** una tecnica che può adattarsi a tutte le aziende, anche quelle più piccole e con un minor budget per la comunicazione. Il fatto, poi, che il marketing non convenzionale sfrutti la potenza dei social network rende questa tecnica capace di raggiungere anche persone che non fanno necessariamente parte del proprio target di riferimento dell'azienda ma che possono rappresentare potenziali consumatori. Il marketing virale regala grande visibilità a tutti ma, allo stesso tempo, espone i brand e le aziende alle possibili critiche dei consumatori. I social network, infatti, hanno dato parola a tutti e ciò pone ogni azienda in una pubblica piazza, dove ognuno può criticare, indipendentemente dall'aver basi oggettive o meno per farle. Se ci si lancia nell'avventura del marketing non convenzionale, allora, si deve prendere in considerazione anche questo aspetto, preparandosi a replicare prontamente ad ogni eventuale critica o accusa. Un altro rischio del marketing non convenzionale è quello di stancare i clienti, alla ricerca di una sempre nuova e più grande sorpresa che possa stupirli. Non sono pochi i brand che sono caduti in questa trappola proponendo immagini troppo forti oppure poco comprensibili, con il risultato di allontanare i potenziali clienti dall'azienda.

Conclusioni

Collegamenti rapidi

adwords aumentare clienti
 aumentare conversioni aumentare fatturato
 aumentare vendite brand awareness
 brand identity brand positioning
 copywriting creare mail list dem
 errori marketing errori pubblicità
 facebook fidelizzare clienti Google
 Google plus guide
 lead generation qualificata link building
 LinkedIn marketing virale
 people management referral marketing
 social network strategie di marketing
 Twitter



Il marketing non convenzionale, dunque, può essere una formidabile arma di promozione del proprio marchio, a patto però di saper utilizzare correttamente tutte le tecniche e gli strumenti che l'unconventional marketing mette a disposizione. Il segreto forse è quello di mixare sapientemente le tecniche in un complesso piano di comunicazione che vede il potenziale cliente non più come soggetto passivo della pubblicità ma come partner per la conquista del mercato, creando un rapporto interattivo che lo renda protagonista. L'azienda che vuole sfruttare il marketing non convenzionale deve imparare il Think Different per distinguersi in maniera forte da tutti gli altri operatori di mercato, alla ricerca di uno stile unico e inconfondibile che faccia della guerrilla marketing un modo per attivare il **buzz marketing** e fidelizzare stabilmente la propria platea di clienti.

About Latest Posts



HotLead

Connettiti

HotLead è il marchio della lead generation. Siamo specializzati nel creare sistemi professionali di lead generation per aziende, per generare contatti e vendite.



icoli Correlati:

Marketing di influenza: cos'è come si diventa influencer vantaggi

dell'influencer marketing In questo articolo parleremo di cosa rappresenta

l'influencer marketing e di come le aziende lo utilizzano per incrementare il loro...

2. **Content marketing: cos'è utilità e caratteristiche** Content is the King! E' lo slogan che sta trasformando il content marketing in una delle strategie di promozione aziendale...
3. **Lead Nurturing: Cos'è definizione e come applicarlo nelle strategie di marketing** Ciao e benvenuto nel blog di Hotlead, la 1° agenzia pubblicitaria specializzata nel marketing diretto e nella lead generation. Sei...
4. **Permission marketing: cos'è e differenze con l'interruption marketing** Abbiamo scritto nell'articolo dedicato all'inbound marketing, che l'interruption marketing sta lasciando sempre più spazio al permission marketing nelle strategie promozionali...
5. **Web marketing: Cos'è strategie e operatività** Ciao e benvenuto nel blog di Hotlead, la 1° agenzia pubblicitaria specializzata nel marketing diretto e nella lead generation. Se...
6. **Affiliate marketing: in proprio o con network?** Le aziende per promuoversi online e riuscire a vendere di più, hanno a disposizione molte strategie di



marketing, una di...

7. **inbound marketing: cos'è e come fare una campagna di inbound efficace**

Ciao e benvenuto nel blog di Hotlead, la 1° agenzia pubblicitaria specializzata nel marketing diretto e nella lead generation. Se...

8. **ROI: cos'è e come si calcola il Ritorno sull'investimento**

Ciao e benvenuto nel blog di Hotlead, la 1° agenzia pubblicitaria specializzata nel marketing diretto e nella lead generation. Questa...

9. **Lead generation: 3 strategie di lead generation B2B e B2C per trovare nuovi clienti**

Ciao e benvenuto nel blog di Hotlead la 1° agenzia pubblicitaria specializzata in Marketing Diretto di Gianluigi Ballarani. Scriviamo questo...

10. **Aumentare i clienti del 391% da un mese all'altro con il SEO**

Oggi vediamo come è possibile aumentare i clienti fino al 391% da un mese all'altro con internet, in particolare grazie...

Post correlati



in naio 2019

... e acquisire clienti con il social media marketing: tutto ciò che devi sapere prima di investire sui social

Leggi tutto



24 Gennaio 2019

Come trovare nuovi clienti: Le 4 armi che ogni strategia online deve avere per trovare sempre nuovi potenziali clienti

Leggi tutto



29 Novembre 2018

Marketing di influenza: cos'è come si diventa influencer vantaggi dell'influencer marketing

Leggi tutto

Lascia un commento

Il tuo indirizzo email non sarà pubblicato. I campi obbligatori sono contrassegnati *

Commento

Empty text box for user comment.



Nome *

Email *

Sito web

- Avvertimi via email in caso di risposte al mio commento.**
- Avvertimi via email alla pubblicazione di un nuovo articolo.**

Pubblica il commento

u

