

MARKETING 5.0 - **Le sfide**

13 marzo 2025

Marketing 5.0 I gap generazionali: competenze e padronanza delle tecnologie

RAFFAELE CRISPINO

Consigliere AISM e CEO Project & Planning S.r.l.



L'evoluzione del marketing



Marketing 5.0: un nuovo paradigma

Mind-set

Il Marketing 5.0 integra la tecnologia con un approccio incentrato sull'uomo.

Principi chiave

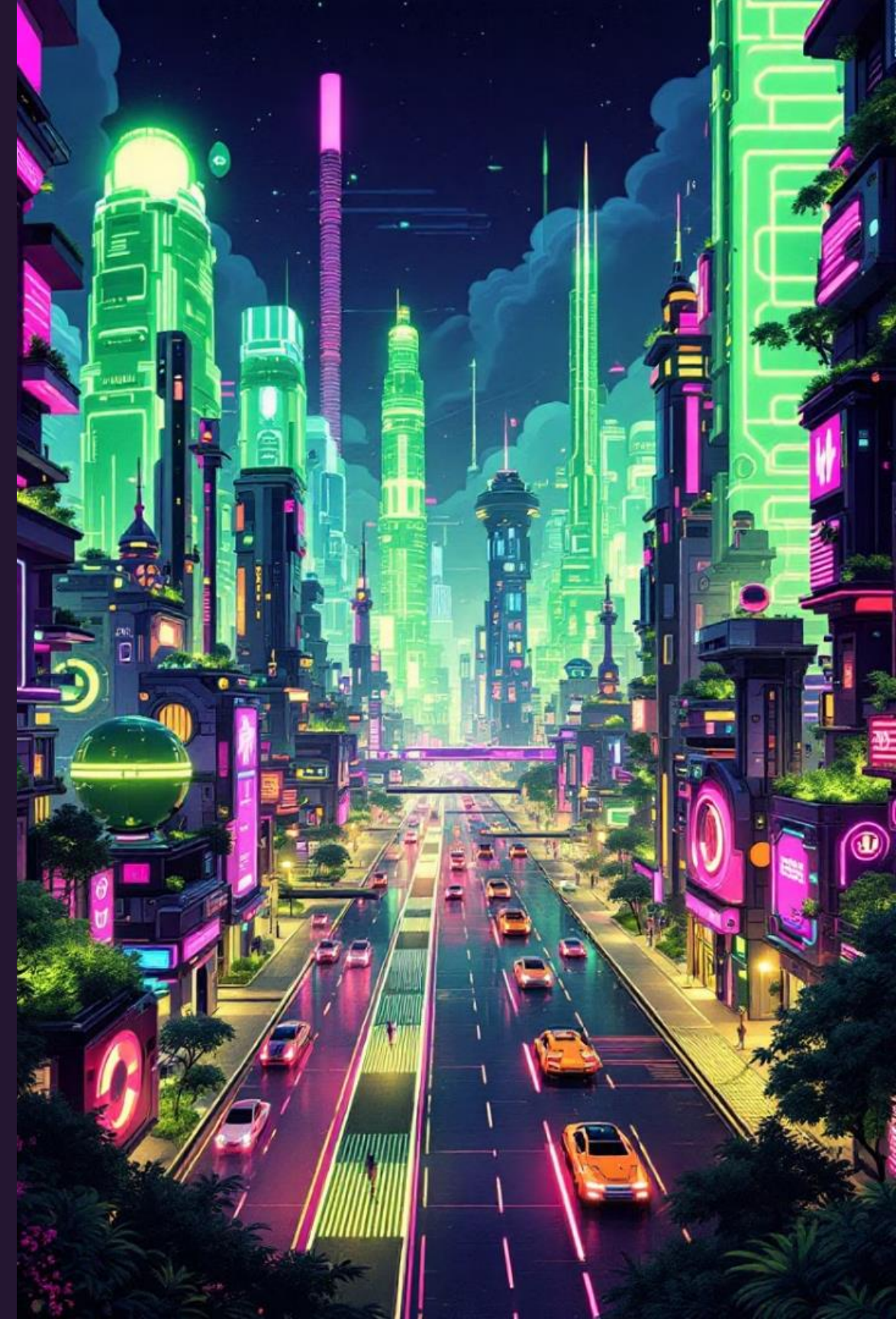
Si basa sull'innovazione tecnologica e sulla comprensione dei bisogni umani.

Ruolo dell'IA

L'intelligenza artificiale personalizza le esperienze dei clienti.

Definizione Marketing 5.0

L'applicazione di tecnologie avanzate per analizzare, creare, comunicare, distribuire e migliorare il valore per i clienti, con l'obiettivo di migliorare la qualità della vita delle persone





IA nel Marketing 5.0

Personalizzazione

Offerte su misura per ogni cliente.

Analisi Predittiva

Anticipare i bisogni del consumatore.

Automazione

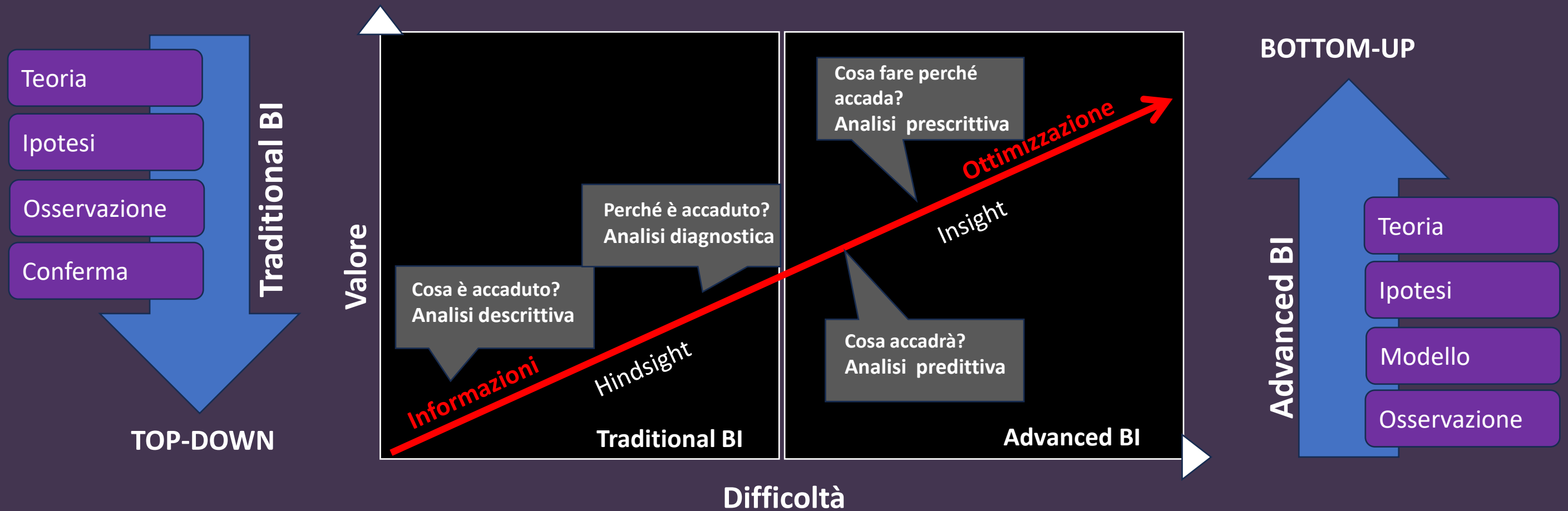
Ottimizzare processi e ridurre costi.

Conversational marketing & Customer experience

Fornire assistenza immediata e continua in una dimensione phigital

IA nel Marketing 5.0

Modello *Agile* che velocizza i processi di marketing



Il divario generazionale

Baby Boomers 1946-1964

Apprezzano la comunicazione diretta e i valori tradizionali. Si affidano a fonti consolidate. Lenti nell'adozione digitale, preferiscono interazioni umane

Generazione X 1965-1980

Ricercano l'equilibrio tra vita privata e lavoro. Sono pragmatici e autonomi. Come «migranti digitali» ricercano l'equilibrio tra fisico e digitale

Millennials (Gen Y) 1981-1996

Hanno imparato a conoscere internet da molto giovani e hanno fatto propri i social media. Amano la personalizzazione e l'autenticità. Sono influenzati dai social media. Preferiscono esperienze omnicanale

Generazione Z 1997-2009

Nativi digitali sono abituati alla velocità e all'innovazione. Cercano esperienze coinvolgenti e significative. Mobile-first e interazione digitale nativa sono un tratto distintivo

Generazione Alfa 2010-2025

Nativi digitali orientati alla convergenza tecnologica. Fruiscono di moltissimi contenuti digitali su ogni device. Considerano la tecnologia un'estensione di se stessi sono abituati ad applicazioni di AI

Brand con una identità forte e consolidata

Preferenze di
brand

Brand esperienziali

Brand coinvolgenti

Capire il divario generazionale tecnologico

Generazioni diverse

5 generazioni con età, esperienze, stili di vita e aspirazioni diverse, alle quali i marketer devono rivolgere la propria value proposition; almeno 4 sono contemporaneamente presenti negli organici delle aziende

Livelli di adozione tecnologica

Ogni generazione ha livelli differenti di adozione tecnologica e alfabetizzazione digitale.

Impatto sul comportamento del cliente e delle strutture professionali

Influenza i comportamenti d'acquisto, le strategie di marketing, il modo di essere e sentirsi in azienda





Tecnologie: Differenze generazionali

1 Baby Boomers

Email e siti web tradizionali. Preferiscono interazioni dirette.

2 Generazione X

Social media e strumenti di produttività. Apprezzano la flessibilità.

3 Millennials

App mobile, influencer marketing. Cercano esperienze personalizzate.

4 Generazione Z

Realtà aumentata, video brevi, e piattaforme come TikTok. Vogliono immediatezza e coinvolgimento

Soluzioni basate sull'IA per il marketing 5.0



Creazione di contenuti personalizzati

L'IA crea contenuti su misura per le diverse fasce d'età.



Analisi predittiva

L'IA prevede le preferenze e i comportamenti delle diverse generazioni.



Servizio clienti basato sull'IA

I chatbot si adattano ai diversi livelli di familiarità tecnologica.

Approccio incentrato sullo *human touch*

Creatività umana

L'IA supporta la creatività umana, ma non la sostituisce.

Intelligenza emotiva

Il marketing richiede empatia e comprensione delle emozioni.

Connessioni significative

Costruiamo connessioni autentiche che attraversano le generazioni.



L'equilibrio tra tecnologia e componente umana

Esperienze di Valore

1

Raccolta Dati

Analizzare i dati per comprendere il cliente.

2

Personalizzazione

Creare offerte su misura.

3

Contestualizzazione

Offrire il prodotto giusto al momento giusto.

4

Feedback

Migliorare continuamente l'esperienza.



Sviluppare competenze digitali

1

Identificazione

Valutare le lacune di competenze digitali.

2

Formazione

Offrire programmi di formazione mirati.

3

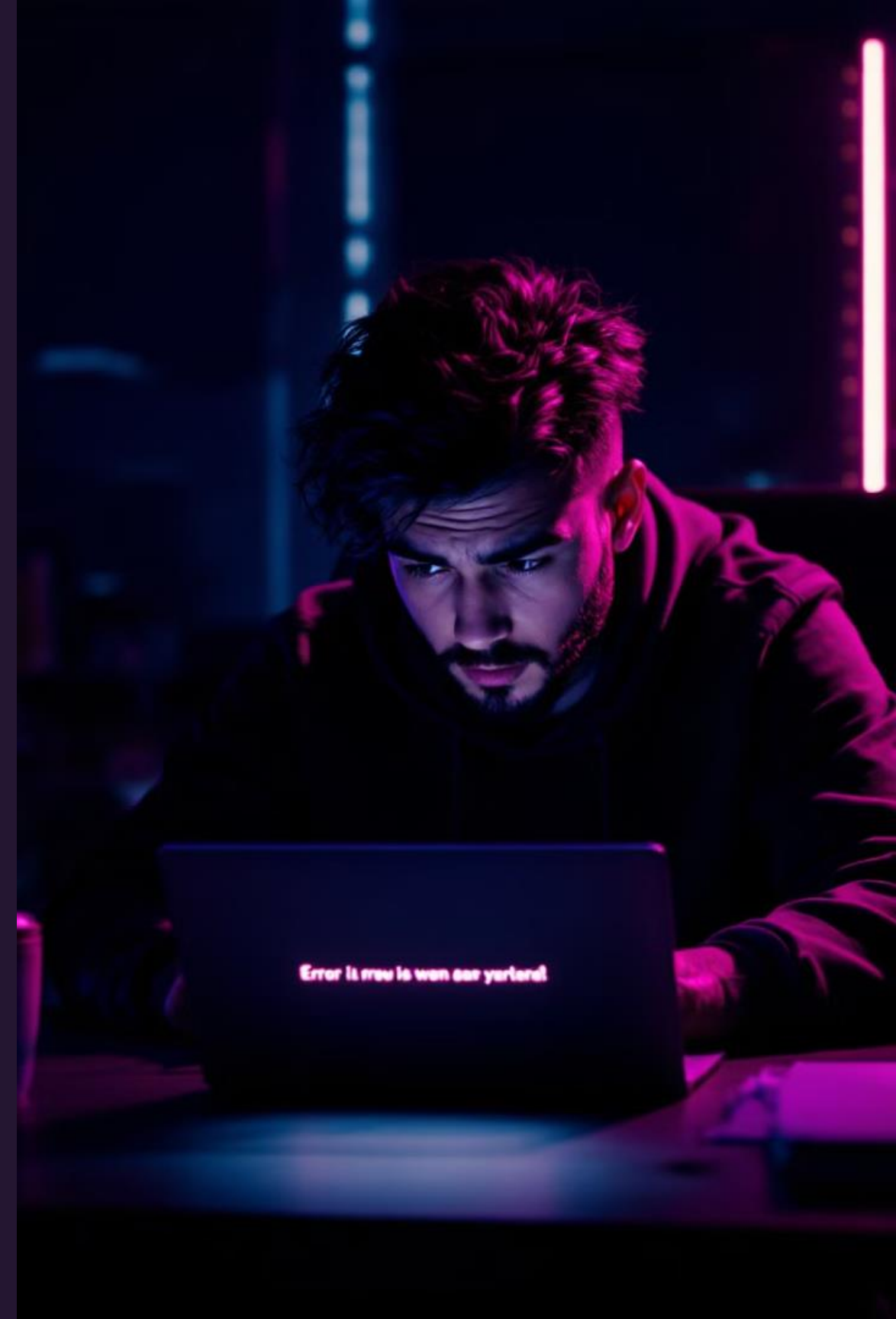
Mentorship

Favorire lo scambio di conoscenze intergenerazionale.

4

Incentivi

Premiare l'acquisizione di nuove competenze.



Il futuro del Marketing è unire tecnologia e umanità

1

Aspettative dei clienti che evolvono costantemente

2

Nuove tecnologie stanno cambiando il panorama del marketing

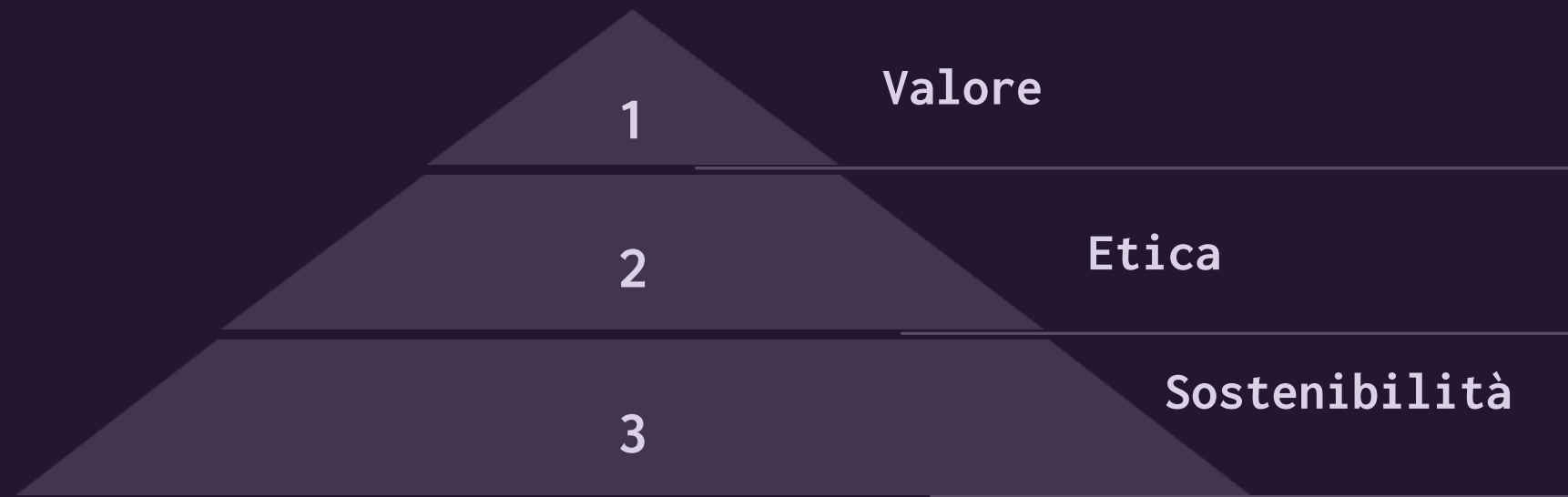
3

Azione volta a un impatto sociale positivo





Impatto sociale e di mercato



Le aziende devono adottare pratiche **sostenibili ed etiche** nell'uso delle tecnologie.

È fondamentale creare **valore condiviso** per società e mercato.



Conclusioni e Prospettive

Il Marketing 5.0 richiede un **adattamento continuo** all'evoluzione tecnologica e sociale. Le aziende devono attrezzarsi per affrontare sfide e cogliere le opportunità dei prossimi anni.

Il marketing 5.0 coniuga IA e umanità. Costruisce esperienze di valore. Ha un impatto sociale positivo.

MARKETING 5.0 - **Le sfide**

13 marzo 2025

Grazie per l'attenzione

aism.org

[linkedin.com/in/raffaelecrispino/](https://www.linkedin.com/in/raffaelecrispino/)

crispinor@projectplanning.it