

Indice

Prefazione , di <i>Pino Insegno</i>	VII
1 Scenario: la nuova normalità	3
1.1 Il tempo migliore e il tempo peggiore	4
1.2 Consumatori e mercati a caccia di senso	8
1.3 Superpotere #1: protezione. Tranquillizzare i consumatori	16
1.4 Superpotere #2: onlife. Esperienze sì, ma ibride	19
1.5 Superpotere #3: condivisione. Tutti sulla stessa barca	21
1.6 Superpotere #4: attrazione. Anche del posto di lavoro	26
1.7 Superpotere #5: alternative virtuali. Il cielo in uno schermo	29
1.8 Superpotere #6: attivismo. Il fenomeno brand activism	32
1.9 La tela degli Spider-Brand si tesse sotto casa	37
1.10 Superpotere #7: leadership. Il nuovo «manager activism»	44
1.11 La questione multirazziale: l'«effetto Darnella» sui brand	49
1.12 Superpotere #8: coinvolgimento. Video sì, ma impegnati	53
1.13 I nuovi spazi (fisici) degli Spider-Brand	57
1.14 Superpotere #9: inclusione. La scommessa sulla diversità	63
1.15 Superpotere #10: personalizzazione. Come te nessuno mai	64
1.18 Superpotere #11: fidelizzazione. La subscription economy	67
1.15 Superpotere #12: co-creazione. Spider-Brand al plurale	69
1.16 Superpotere #13: interazione. Partecipare è vincere	72
1.17 Davide può battere Golia: il marketing dei global microbrand	74
1.18 Superpotere #14: real time. Col newsjacking irrompe l'attualità	79
1.19 Superpoteri, istruzioni per l'uso: impariamo dai bambini	81

2	Linguaggi e piattaforme: la nuova era conversazionale	83
2.1	Social, ma non solo	84
2.2	Robot alla corte dei brand	86
2.3	Superpotere #15: empatia. Il nuovo spirito aloha	90
2.4	Superpotere #16: complicità. Brand Social Club	96
2.5	Superpotere #17: emozione. Dimmi che cosa provi e ti dirò chi sei	98
2.6	Superpotere #18: immediatezza. Le conversazioni istantanee	101
2.7	Superpotere #19: continuità. La scoperta dei long-form	107
2.8	Superpotere #20: invisibilità. Intercettare il dark social	110
2.9	Superpotere #21: imperfezione. Più autentici e più veri	110
2.10	Superpotere #22: memoria. La forza del retrò marketing	114
2.11	Superpotere #23: originalità. La firma che fa la differenza	117
2.12	Superpotere #24: influencer. Sempre più nano e meno big	119
2.13	La rivoluzione del «niente di speciale»	122
2.14	Superpotere #25: autorevolezza. Schivare le fake news	124
2.15	Superpotere #26: autenticità. Sbagliare e saper chiedere scusa	126
2.16	Superpotere #27: sorpresa. Wow economy e differenziazione	129
2.17	Non solo video: la forza della voce nella nuova normalità	134
2.18	Superpotere #28: voce. Storie da ascoltare	134
2.19	Il boom dei podcast	136
2.20	Superpotere #29: olfatto. Clienti presi per il naso	140
2.21	Superpotere #30: stream. Perché le stories battono il feed	144
	Conclusioni	149
	Ringraziamenti	151