

# Marketing: brilla un caso nel padovano

Le nostre vite pullulanti di rapporti interpersonali, sociologici e culturali si trovano sempre più in difficoltà nell'emergere in un ambiente commercializzato dove i **"goal"**, gli obiettivi principali, sono il **profitto**, la **potenza economica** e la **ricchezza** simboli di un edonismo societario. Forse ti sei chiesto anche tu, se la nostra vita verrà inglobata in una sfera prettamente commerciale o se lo è già, se verrà risucchiata in un vortice economico della disperazione, se esisteranno ancora quei piccoli gesti d'amore o se saranno messi a disposizione di un mercato vorace che divora letteralmente cultura, ideologie e rapporti sociali.

Purtroppo è successo, l'uomo è divenuto in possesso di tutti i mezzi potenzialmente commerciabili e ne ha fatti di essi sudicia **merce**, ha creato cose inimmaginabili e reso acquistabile l'inaccessibile. Anche noi, esseri umani, siamo mercato: ognuno di noi, infatti, secondo gli specialisti di marketing, possiede un **LifeTimeValue (LTV)**, ovvero una **sorta di misurazione totale di acquisti di un determinato prodotto durante la nostra vita**. Il marketing sta definitivamente acquisendo le nostre vite ma non sempre merita di essere guardato da una posizione critica. Ha permesso l'evoluzione della società, il successo, il progresso del pensiero ed una visione globale completa mettendo in relazione culture differenti.

Spesso, nel nostro paese vaga il tormentone: **"Non troverò mai lavoro qui"**. Errato. Siamo fortunati ad avere un paese ricco di cultura e di idee come quella nata qui nel padovano, mediante la creazione di una startup innovativa chiamata **Uqido** ([www.uqido.com](http://www.uqido.com)). **Uqido** è una giovane azienda italiana nata nel 2010 da un'idea di **Pier Mattia Avesani** e **Alberto Silletti**, ha sede a Padova e gestisce servizi di marketing per aziende. Questa startup padovana si specializza in **Digital Media Marketing**, **Mobile Engagement** e **Store Traffic**, metodi efficaci ed innovativi per amministrare, coinvolgere il target aziendale e migliorare la comunicazione impresa-consumatore. Ha lavorato con numerosi brand famosi come **Audi** utilizzando un complesso sistema di utilizzo di informazioni che ora andrò a spiegarvi. L'obiettivo del marchio automobilistico era attirare il maggior numero di persone a visitare i loro centri per il lancio della loro nuova autovettura. Uqido ha utilizzato uno strumento chiamato **Enbage** che

invitava, tramite canali elettronici, clienti raggruppati per interessi di marchio e di reddito a presentarsi negli **stores** più vicini per scoprire se si aveva vinto uno splendido concorso di guida. Segmentando in questo modo il mercato degli acquirenti, l'azienda veneta ha ricavato una **nicchia** dove vendere i prodotti Audi, registrando infine un **94%** di visite in più negli stores. Ha inoltre lavorato con **Logitech**, sponsorizzando i loro prodotti per la **World Cup** in *Brasile* tramite un contest con premi giornalieri e un mega viaggio come vincita finale.

Sono approdati nel mercato con il sistema **Simon** ([www.sistemasimon.it](http://www.sistemasimon.it)) che **riduce il tempo di attesa delle file in qualunque azienda**: con un semplice sms possiamo prenotare il nostro turno, andarcene e svolgere qualche commessa o attività. Il sistema quando sarà il nostro turno ci avviserà con un messaggio. Il secondo servizio creato da **Uqido** prende il nome di **Enbage** ([www.enbage.it](http://www.enbage.it)), un **ottimo strumento di marketing che permette ad aziende locali e internazionali di raggiungere e aumentare il proprio target di mercato**, raccogliendo persone realmente interessate al proprio marchio e portandole direttamente in negozio tramite una rete di contatti efficace quanto versatile.

**Semplicità e originalità, chiave di Uqido.**