**Our Cluetrain Manifesto**

1. I mercati sono conversazioni tra esseri umani (non segmenti demografici).
2. In un mondo di disinformazione, solo la trasparenza e l’autenticità costruiscono fiducia.
3. Gli iperlink cambiarono la gerarchia, ma ora gli algoritmi determinano chi viene ascoltato.
4. I mercati sono diventati più smart, più informati, più organizzati ma sono saturi di sovrainformazioni, non necessariamente più intelligenti.
5. Se le aziende pensano che i loro mercati online siano gli stessi che guardavano le loro pubblicità in televisione, si stanno prendendo in giro da sole.
6. Le organizzazioni dovrebbero prendersi meno sul serio, ma avere senso dell’umorismo non significa mettere le barzellette nei propri contenuti digitali. Piuttosto, avere dei valori autentici, un po’ di umiltà, chiarezza e un onesto punto di vista.
7. Le organizzazioni che cercano di posizionarsi devono prendere posizione in modo autentico e coerente.
8. Per parlare con voce umana, le aziende devono condividere i problemi della loro comunità, ma prima, devono appartenere ad una comunità.
9. Volete i nostri soldi? Noi vogliamo la vostra attenzione, ma niente paura: potete ancora averli, a patto che non sia l'unica cosa che vi guida.
10. Vogliamo che prendiate sul serio 50 milioni di noi almeno quanto prendete sul serio un influencer con milioni di follower.
11. Un’organizzazione che ignora i feedback dei suoi clienti è un’organizzazione che si sta preparando a diventare irrilevante.
12. È nella relazione, non nel prodotto, che le aziende trovano la chiave per costruire fiducia e fedeltà nel lungo termine.
13. Non siamo immuni alla pubblicità, ma siamo più consapevoli di come ci influenza.
14. La fedeltà alla marca è come una relazione destinata a finire: i mercati online rinegoziano tutto rapidamente.
15. Le organizzazioni devono trovare stakeholders che parlino il loro stesso linguaggio.
16. Siamo nell’era della profilazione. Le aziende che cercano di comunicare a tutti, in realtà non comunicano a nessuno.
17. Ci stiamo svegliando e ci stiamo linkando. Stiamo a guardare, ma non ad aspettare.

Realizzato da:

*Andrea Almonte - Cinzia Brogneri  
Laura Bufarale - Benedetta Di Bernardo  
Debora Librone - Aurora Maranca  
Gaia Piccirilli - Chiara Triozzi*

**Corso di Marketing Digitale Prof Silvio Cardinali aa 2024-/25**

**Università d Teramo – Dipartimento di Scienze della Comunicazione**