
Guerrilla Marketing: la creatività è viva e lotta insieme a noi

Inviato da Arteweb

Ormai l'uso del termine "guerriglia marketing", inteso come una forma di promozione pubblicitaria non convenzionale e a basso budget, all'insegna della creatività e talvolta dell'aggressività espressiva, sta estendendo il suo territorio di battaglia dall'advertising tradizionale al mondo del webmarketing, così, in attesa di un prossimo post sulla "guerrilla on the web", ho riesumato dagli archivi un po' di immagini emblematiche e curiose di "guerriglia offline". Tra le potenzialità di queste tecniche emergono anche interessanti risvolti etici. Il "guerriglia marketing", infatti qualche volta può essere sfruttato per campagne di sensibilizzazione sociale, come nelle due foto seguenti. Campagna contro le Forze Armate Rivoluzionarie della Colombia (FARC):

Azione pubblica della PETA (People for the Ethical Treatment of Animals) che da anni si batte per la scelta vegetariana condannando il consumo di carne animale, o, in questo caso provocatorio, umana... Più spesso però il "Guerrilla Marketing" viene impegnato per la promozione di prodotti commerciali, come per Fedex, il bianchetto in formato gigante con cui ritoccare le strisce pedonali, spesso in cattive condizioni anche dalle nostre parti... Sempre in tema di strisce pedonali ecco comparire Mastro Lindo (Procter & Gamble), che, soddisfatto come sempre, occhieggia da una striscia visibilmente più pulita delle altre. Altre immagini... Questo articolo e le foto in esse contenute possono essere riprodotte per scopi non commerciali su altri siti web a patto di citare la fonte (www.arte-web.it) con un link cliccabile.