

Blockchain, ecco come potrebbe sconvolgere il mondo del Marketing

Verso la fine degli anni '70 il Governo Americano creò internet per favorire lo scambio di informazioni in maniera veloce e sicura.

Col passare del tempo, il World Wide Web ha assunto una "vita propria" con tanto di giochi on line, social media, e-commerce, pubblicità e tutto il resto.

La Blockchain potrebbe, forse, subire un destino simile, ma, al momento, le opportunità che questa nuova e rivoluzionaria tecnologia sembra promettere sono davvero eccezionali.

Cos'è la Blockchain, una breve spiegazione

La Blockchain è una registrazione pubblica decentralizzata di informazioni generate dall'utente.

Una nuova tecnologia che vive sui computer dei suoi utenti e non su un server centralizzato, tutti gli utenti contribuiscono ai dati e a verificarne la validità.

È come un registro, al cui interno ci sono varie sezioni (blocchi) che sono collegate tra di loro in base all'ordine cronologico con cui sono stati inserite.

Queste varie parti, create dalle persone che condividono il registro, sono le une con le altre connesse in modo immutabile attraverso la crittografia.

Infine, tale registro è sempre visibile a tutti coloro che ne creano una sezione.

Possiamo paragonarla a un libro mastro pubblico in cui ogni transazione viene registrata e annotata da un gruppo di utenti che la convalidano e la fissano in maniera immutabile.

La Blockchain in parole povere serve per due cose: registrare degli eventi, e assicurarsi che quella registrazione non venga mai cancellata.

Blockchain non si traduce con Bitcoin

Quando sentiamo la parola Blockchain, la maggior parte di noi pensa immediatamente alla finanza e alle cripto-valute.

Il collegamento implicito, che immediatamente elaboriamo, è quello che ci porta a pensare ai Bitcoin, poiché la Blockchain è una tecnologia salita agli onori della cronaca proprio perché è ciò che ha permesso la nascita, lo sviluppo e che tutt'ora sta alla base della valuta digitale più famosa del mondo.

Quello che spesso sfugge, è che la Blockchain ha delle enormi potenzialità che trascendono le sole applicazioni finanziarie, ma che la rendono in grado di essere impiegata e risolvere numerosi problemi in molti altri settori.

Una delle aree più promettenti è, senza dubbio, quella del marketing e della pubblicità.

Blockchain e Online Advertising

Nell'ambito della pubblicità la Blockchain potrebbe cambiare il modo in cui gli annunci online vengono acquistati, analizzati e valutati.

1. Blockchain: report, statistiche e risultati

La Blockchain potrebbe influire nella precisione dei dati sul monitoraggio, offrendo agli esperti statistiche più dettagliate.

Un'accuratezza che, se adeguatamente sfruttata, porterebbe a risultati migliori.

Chi si occupa di pubblicità, sa bene che nell'Online Adv è quasi impossibile sapere se le statistiche sono precise al dettaglio.

Quando contiamo i click sul nostro sito o il seguito che ha la nostra pagina Facebook non vuol dire affatto che stiamo valutando i nostri clienti.

Essere certi di quanti click riceve con esattezza un link di un annuncio sponsorizzato potrebbe sembrare semplice. Dovrebbe essere sufficiente dare uno sguardo ai rapporti generati dal social su cui lo abbiamo pubblicato.

Tuttavia, quel link era stato personalizzato con uno dei tanti tool appositi, strumenti che, anche a pagamento, ci danno a loro volta nuove statistiche. Strano ma vero, il numero click spesso non coincide.

A volte, con zelo e diligenza, abbiamo tracciato il link anche attraverso gli Analytics di Mountain View, quindi li andiamo a consultare, ed ecco che ci troviamo di fronte un terzo dato diverso dai due precedenti.

La Blockchain ha caratteristiche e potenzialità per cambiare tutto.

Poiché è una catena trasparente e criptata, le aziende possono facilmente determinare quante sono le persone che visualizzano il proprio annuncio o effettuano un determinato click.

Sostanzialmente le imprese riprenderanno il controllo delle proprie pubblicità, assicurandosi la certezza che ricevano i servizi per cui pagano.

2. Blockchain: trasparenza non intermediari

L'attuale modello pubblicitario soffre di un problema strutturale di fondo: quello degli intermediari.

Stiamo parlando di Google e Facebook che detengono praticamente il monopolio e cedono le loro informazioni agli inserzionisti.

La Blockchain ha il potenziale per scuotere profondamente il mercato pubblicitario, aggirando gli intermediari.

Con tutta probabilità perché il sistema cambi ci vorranno anni, ma la Blockchain è sicuramente in grado di portare una vera e propria rivoluzione, scompaginando quelli che sono gli equilibri acquisti.

Blockchain: più potere ai consumatori

Un consumatore, anziché fornire suoi dati gratuitamente, ad esempio attraverso l'utilizzo di un Social o navigando tracciato sul web, con la Blockchain, potrebbe acconsentire ad un trattamento validato e volontario dei propri dati.

Naturalmente non sarebbe portato a farlo a livello gratuito, ma l'operazione avrebbe un prezzo.

Questo, però, significa che l'intera relazione tra marketing e consumatori potrebbe essere invertita. I professionisti potrebbero pagare direttamente i consumatori per acquisire i dati e in base a quelli mostrare loro gli annunci pubblicitari in maniera mirata.

L'impatto della Blockchain sulla pubblicità è ancora in gran parte da valutare e i modi in questa tecnologia influenzerà il futuro del marketing possono apparire quasi fantascienza, tuttavia molte trasformazioni sono già in atto.