

Registrati | Login

Cerca Nel sito

MyMarketing.Net



Mercoledì 15 Giugno 2011

Newsletter

[Accettazione regolamento e privacy policy](#)

Focus on | Management | Branding | Media | International

Community | Blog | TV |

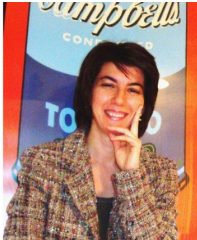
Home ► Branding ► Articolo ►

12/06/2011

Versione per la stampa

Share it versione inglese

Un rinoceronte a pois per dare nuovo slancio al brand



Marketing Pubblicitario

Fatti conoscere in tutto il mondo. AdWords - Visite e clienti subito!
[Adwords.Google.it](#)

Comunicazione Efficace

Corsi di Comunicazione Efficace in Italia. Contattaci per Informazioni
[www.tikkunfenix.it](#)

Executive Master in Lean

Master certificazione IIBLC Green Belt - 15 Ott. 2011 Bologna
[www.advanceschool.org](#)

Annunci Google

comunicazione digitale presso l'Università Cattolica di Milano che ha ideato e dirige [Brandforum.it](#).

MyMarketing.Net l'ha intervistata.

“Sempre più assistiamo nella rivincita dell'autentico, in tempi di assoluta trasparenza sarebbe impossibile quello che accadde con Harrison Ford che criticò l'automobile che pubblicizzava. Oggi il testimonial, che resta una peculiarità tutta italiana, deve garantire la qualità del prodotto che pubblicizza puntando sull'autenticità valoriale, al di là di ogni cachet milionario”.

Quello che va ribaltato è lo sguardo tradizionale sulla marca, quindi, sul bagaglio di ricordi, sensazioni, emozioni che ogni logo si trascina.

Sì, come ha fatto la Apple con il suo Store che creato un modo nuovo di vendere in cui non di rado clienti over60 partecipano ai corsi gratuiti dello staff Apple, condotti da giovani preparati.

10 anni fa nasceva Brandforum.it. Che proprio quest'anno è stato oggetto di un restyling.

Nacque da una ricerca universitaria per poi diventare un progetto autonomo. Simao andati avanti, dando la parola non soltanto ai nomi più consolidati ma anche a più di un giovane e talentuoso. Sino a diventare un osservatorio privilegiato serio e istituzionale. In continua crescita, siamo cresciuti sia in termini di staff che come prodotto culturale dimostrando proprio questo che il brand è anche un elemento di cultura. Ci seguono anche in Europa e in America. Abbiamo continuato ad appassionarci alla cultura della marca.

Analizzando i numerosi casi di successo che costellano il volume, quali sono i più significativi?

La marca non si racconta solo al pubblico ma anche attraverso i propri dipendenti. Bisogna vedere sino a quanto il dipendente è libero, sino a quanto crede in questo modo di promuovere il prodotto dell'azienda in cui lavora. Al di là degli obblighi contrattuali. Emerge in alcuni casi un vero e proprio senso di appartenenza, come traspare nel caso della Barilla. I dipendenti raccontano in maniera positiva il loro “essere Barilla”. Tra i casi che si stanno via via affermando, è da segnalare quello delle Poste che si stanno impegnando per superare la vecchia immagine del dipendente delle poste. In questa direzione nuovi compiti vanno profilandosi per l'HR. Puntiamo molto su questa relazione sempre più profonda tra le risorse umane e il marketing, entrambi i settori infatti trattano di persone.

I brand decidono sempre più di raccontarsi.

Sì, come scriveva Barthes in un saggio sul piacere della lettura, emerge sempre di più una vera e propria estetica del brand che va al di là dell'apparenza per appassionare sempre più il pubblico. In Italia siamo ancora indietro ma l'importante è che stiamo iniziando.



In libreria

In agenda

Augmendy Dal: 11/06/2011

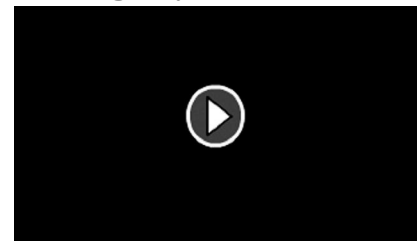
2 | **Il direttore vendite diviene un vero Coach**
ADICO ACCADEMIA Il: 15/06/2011

3 | **Parola Cantata**
Parola Cantata Dal: 17/06/2011 al: 19/06/2011

4 | **La multicanalità nel marketing commerciale**
ADICO ACCADEMIA Il: 17/06/2011

Photo gallery

On air



Marketing job

1 | **motiv...**
Il cambiamento è il motore della vita.
2011-03-03

2 | **Le nuove forme di lavoro**
Massimo, 25 anni, vive in una grande città del Nord Italia. Neola...
2010-06-21

3 | **Ripensare alla leadership**

Archivio storico

INSERISCI UNA PAROLA CHIAVE

Tra il e il