

Libri/Brand reloading

Tecniche e best practice per rigenerare la marca



Patrizia Musso torna sul tema con un nuovo testo (Guida pratica al Brand Reloading, Franco Angeli editore), che affianca una parte teorica a tre sezioni di taglio pragmatico, con riflessioni e strumenti aggiornati per rigenerare in modo efficace un brand. Il punto di partenza è la complessa fisionomia del brand contemporaneo, sempre più multifaccettato e difficile da governare: un brand deve sapersi distinguere, ma anche rimanere ancorato a precisi valori aziendali. Partendo da 5 parole chiave (Accountability, Branding al quadrato, Cross-fertilization, Disruptive Innovation, Engagement), riassunte dall'acronimo ABCDE, il volume illustra come rigenerare un brand dal punto di vista del marketing e della comunicazione e dell'Internal e dell'Employer Branding. Le tecniche e le azioni pratiche correlate vengono spiegate e "messe alla prova" tramite esempi tratti da settori diversi. Una nutrita serie di best case consente di analizzare alcuni nuovi approcci di Brand Reloading in 5 settori nodali: moda, beauty, food, turismo e arte/cinema. La sezione conclusiva è un focus dedicato al Branded Entertainment, un approccio comunicativo in forte crescita che, facendo leva su valori aziendali, può costruire contenuti originali.



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

003600