

# CONTENT STRATEGY

Prezzo: **24,00 €** Regular Price **22,80 €** Special Price



Codice	9788891668042
Tipologia	Libri
Data pubblicazione	8 apr 2024
Reparto	Economia, LIBRI
Autore	Ferrero Giovanna
Editore	Maggioli

## Descrizione

---

La strategia di contenuto è essenziale per permettere ai brand di emergere all'interno di uno scenario sempre più affollato di messaggi e informazioni. Dal branded content, al podcast, alle stories, ai reels, passando dalla gamification, agli NFT, alla realtà aumentata, fino all'ingresso dell'intelligenza artificiale: le connessioni con i consumatori sono in continuo mutamento e generano nuove opportunità per le marche.

Conoscere i formati, i canali, i diversi linguaggi e le modalità di interazione è la chiave per generare valore all'interno del brand storytelling.

Questo volume dimostra come il contenuto possa diventare un fulcro essenziale per la generazione di business – specialmente in un contesto dominato dai media digitali, divenuti concreti abilitatori di connessioni – e intende essere un supporto per potenziare la presenza e la riconoscibilità di un brand. Il testo offre un panorama il più possibile approfondito e attuale analizzando metodologie e casi di studio; inoltre, interviste a esperti e professionisti di differenti settori propongono spunti di riflessione, prospettive ed esempi reali sull'evoluzione della content strategy.

### INDICE

Premessa

Capitolo 1 – Il ruolo del brand nell'era digitale

Flessibilità e osservazione

Generazioni a confronto

L'importanza dell'analisi dei dati

La reputazione

Conclusioni

Capitolo 2 – L'evoluzione del contenuto nella strategia di brand

L'importanza dell'ascolto

Diversificazione e monitoraggio

Conclusioni

Capitolo 3 – La vita del contenuto all'interno del consumer journey

Consumer journey

Contenuto come risposta ai bisogni del consumatore

Pianificazione dei contenuti

Modelli di consumer journey

Capitolo 4 – Social media: caratteristiche di canale e di contenuto

I canali di comunicazione

Facebook

Instagram

X – ex Twitter

LinkedIn

Pinterest

TikTok

Snapchat

Conclusioni

Capitolo 5 – Piattaforme di streaming ed evoluzione dei media tradizionali

Piattaforme video

YouTube

Twitch

Piattaforme audio: la crescita del formato podcast

Spotify

L'evoluzione dei media tradizionali

Conclusioni

Capitolo 6 – L'evoluzione dello storytelling, tra nuovi formati e tecnologie

I formati

Realtà Aumentata e nuove interazioni

NFT e il marketing dell'unicità

Gamification nel marketing digitale

Chatbot e assistenti virtuali come asset di comunicazione

Conclusioni

Capitolo 7 – Il ruolo di content creator e influencer nelle strategie di comunicazione

Influencer e creator: caratteristiche e differenze

Influencer o content creator: con chi collaborare?

Influencer: strategie e best practice

Content creator: partner strategici nella brand collaboration

Branded content: collaborazioni per generare nuove narrazioni

Conclusioni

Capitolo 8 – L'ingresso dell'intelligenza artificiale nei progetti di comunicazione

AI e creatività

AI nella content strategy

AI e influencer marketing

Conclusioni

Capitolo 9 – Dialoghi con esperti: riflessioni sulla strategia di contenuto e la sua evoluzione

Massimo Bullo - Brand Marketing Director

Simona Maggini - Country Manager & Group CEO

Giovanni Perosino - Chief marketing officer

Mauro Biraghi - Director Marketing & Corporate communication

Isabella Lazzini - Chief marketing officer

Davide Nava - Head of communication

Andrea Pizzola - Chief marketing officer

Conclusioni

Rimaniamo a disposizione per qualsiasi ulteriore chiarimento allo 0461.232337 o 0461.980546

oppure via mail a : [servizioclienti@libriprofessionali.it](mailto:servizioclienti@libriprofessionali.it)

www.LibriProfessionali.it è un sito di Scala snc Via Solteri, 74 38121 Trento (Tn) P.Iva 01534230220

