



Martini (Nestl  ): â  Modo di comunicare evolve nel tempoâ  

Descrizione

(Adnkronos) â   â  Il modo di comunicare cambia molto nel tempo, anche per quanto riguarda la categoria in cui gioca il nostro brand Solgar, che esiste ormai da tantissimi anni e vede un forte coinvolgimento anche del professionista della salute. Oggi, per  , il consumatore    diventato molto evoluto e informato, che vuole essere coinvolto  . Lo afferma Rosa Martini, Head of Marketing di Nestl   Nutrition & Health, intervenuta a Intersections 2026, il pi   grande evento italiano dedicato a marketing, creativ   e tecnologia, in corso all  Allianz MiCo di Milano.

  In un  era in cui lâ  intelligenza artificiale ha ormai un ruolo importante, il rischio non    tanto quello di avere dei contenuti, come poteva essere un tempo, ma quello di non avere un proprio punto di vista e, quindi, di non educare nel modo corretto â   aggiunge Martini â   Ci   che oggi fa la differenza    proprio avere un punto di vista, esprimere una posizione propria che crei un rapporto di fiducia e di coerenza con lâ  utente finale. Una voce diventa influente se ha credibilit   e coerenza. L  endorsement legato alla scientificit   di chi parla, assume un ruolo rilevante. Ci sono tantissime fake news, ognuno propone le proprie ricette di nutrizione ideale, ma la figura del professionista della salute, con la sua esperienza, deve essere una delle voci pi   credibili perch   si basa su competenze scientifiche  .

  

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. Ultimora

Data di creazione

Ottobre 29, 2026

Autore
redazione

default watermark