



Setti (Wpp Media Italy): «Comunicare oggi significa avere relazione con consumatore»•

Descrizione

(Adnkronos) «La comunicazione è spinta anche dalla rivoluzione digitale. Fino a qualche tempo fa avremmo detto che si doveva cercare di catturare l'attenzione dei consumatori. Oggi, invece, bisogna aggiungere all'attenzione anche la costruzione di una relazione influente con il consumatore. Per farlo attiviamo diversi canali e, soprattutto, cerchiamo di parlare al cuore e alla testa del consumatore. Così i brand riescono a tornare centrali». Lo afferma Federica Setti, chief data, technology & analytics officer di Wpp Media Italy, a Intersections 2026, il più grande evento in Italia dedicato a marketing, comunicazione, creatività e tecnologia, in corso all'Allianz MiCo di Milano.

«Nel tempo, i brand hanno perso di differenziazione. Questo è un problema non solo di equity, ma anche di perdita di valore economico e finanziario. La costruzione di un sistema di influenza passa attraverso la testa e sottolinea lavorando sempre di più sugli algoritmi, e attraverso il cuore, tornando a riscaldare la relazione con il consumatore. Lo vediamo nella comunicazione: al di là dell'utilizzo dei media classici, si lavora sempre di più anche sullo sviluppo di esperienze territoriali, esperienze con gli influencer, grandi eventi sul territorio».

«Nell'era dell'informazione il rischio è proprio l'omologazione dei contenuti e dei formati. Per distinguersi si deve usare il potere del cervello umano. L'informazione diventerà sempre di più una commodity e quindi dobbiamo imparare a usarla come un alleato quotidiano».

»

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. Ultimora

Data di creazione

Ottobre 30, 2026

Autore

redazione

default watermark