Setti (Wpp Media Italy): â??Comunicare oggi significa avere relazione con consumatoreâ?•

Descrizione

default watermark

(Adnkronos) â?? â??La comunicazione Ã¨ spinta anche dalla rivoluzione digitale. Fino a qualche tempo fa avremmo detto che si doveva cercare di catturare lâ??attenzione dei consumatori. Oggi, invece, bisogna aggiungere allâ??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. CosÃ¬ i brand riescono a tornare centraliâ?•. Lo afferma Federica Setti, chief data, technology & analytics officer di Wpp Media Italy, a Intersections 2026, il piÃ¹ grande evento in Italia dedicato a marketing, comunicazione, creativitÃ e tecnologia, in corso allâ??Allianz MiCo di Milano.

â??Nel tempo, i brand hanno perso di differenziazione. Questo Ã¨ 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 â?? sottolinea â?? lavorando sempre di piÃ¹ sugli algoritmi, e attraverso il cuore, tornando a riscaldare la relazione con il consumatore. Lo vediamo nella comunicazione: al di lÃ dellâ??utilizzo dei media classici, si lavora sempre di piÃ¹ anche sullo sviluppo di esperienze territoriali, esperienze con gli influencer, grandi eventi sul territorioâ?•.

â??Nellâ??era dellâ??Ia il rischio Ã¨ proprio lâ??omologazione dei contenuti e dei formati. Per distinguersi si deve usare il potere del cervello umano. Lâ??Ia diventerÃ sempre di piÃ¹ una commodity â?? conclude â?? quindi dobbiamo imparare a usarla come un alleato quotidianoâ?•.

â??

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. Ultimora

Data di creazione
Ottobre 30, 2026
Autore
redazione

default watermark