

BRANDING

Il viaggio che utente e marca fanno assieme parte da tre domande: dove? come? perché?

In un mondo di prodotti e servizi che si somigliano sempre di più, la scelta degli utenti si alimenta dei messaggi che i brand portano con sé, delle promesse che fanno e che vanno oltre la sfera funzionale di ciò che vendono. Il purpose driven marketing sta diventando decisivo, in particolare sulla popolazione più giovane e sensibile a tematiche di responsabilità e sostenibilità o, quantomeno, di impegno.

Vedremo assieme quali meccanismi si instaurano nella costruzione di questi messaggi, scopriremo benchmark e casi reali (parleremo anche con qualche azienda), guardando dietro le quinte degli uffici marketing e delle società di comunicazione.

Ma – soprattutto – partiremo dalle basi della costruzione di una solida strategia di brand, rispondendo alle domande che ogni brand dovrebbe porsi quotidianamente: perché ho scelto di esistere? cove voglio arrivare? come penso di farlo?

Docente: Lorenzo Cabras

Oriundo di sangue sardo e natali genovesi. Sempre a Genova mi laureo in Economia e mi specializzo in Marketing, poi alterno esperienze in azienda e agenzia per un paio di lustri, fino a capire che la mia casa era quella della comunicazione integrata. Oggi sono Founding Partner e Chief Strategy Officer in DIFFERENT. Credo più nelle persone che nei target. Amo suonare gli accordi giusti, leggere tra le righe, scegliere con cura le parole.

SOCIAL

Linkedin: @lorenzocabras

Instagram: @lorenzo.cabras

Facebook: @lorenzo.cabras.75

Twitter: @LorenzoCabras75



Incontro iniziale

lunedì 10 ottobre, 14,30-18,30, aula Film – Palazzo Capitanio

Per informazioni e iscrizioni:

<https://ssu.elearning.unipd.it/mod/page/view.php?id=289404>