

trenta righe

Pensate per qualche minuto al valore aggiunto per la vostra azienda, il vostro business, il vostro studio professionale, il vostro negozio, il vostro ristorante, la vostra palestra, voi stessi, di avere la capacità non solo di generare in modo costante notizie, informazioni, idee e contenuti di comunicazione, ma anche di avere accesso diretto e continuo ai più efficaci mezzi di comunicazione per raggiungere tutti i pubblici con cui volete interagire. Non sarebbe fantastico? **Se aveste** la capacità di sviluppare e distribuire in tempo reale informazioni e notizie sulla vostra attività, rivolgendovi proprio alle persone che vorreste sapessero di voi, e che scegliessero voi, non sarebbe **più facile** avere successo nella vostra attività, e vivere meglio? **Che effetto vi fa** sapere che non solo tutto questo è possibile, ma che è anche a portata di mano?

Qualcuno lo definisce **content marketing**, altri **brand journalism**, ma la sostanza non cambia: si tratta di un eccellente strumento di comunicazione che negli anni ha dimostrato di valere tutto l'impegno che richiede.

Servono capacità ed esperienza, ma non suntuose risorse economiche. E va da sé che specie in periodi di vacche magre può rivelarsi uno straordinario fattore di differenziazione e di valorizzazione di ciò che rende speciali o unici business, aziende, professionisti, progetti.

Funziona quando si riesce a essere coinvolgenti, interessanti (ovvero il contenuto è rilevante per il pubblico, non per chi lo commissiona o per chi lo scrive...), quando si riesce a risultare "veri" e sinceri; quando lo stile è diretto e appropriato per veicolare le proprie intenzioni, e farle capire dalle persone cui ci si rivolge. Funziona quando vengono chiesti, letti e capiti i commenti degli altri, quando anche le reazioni meno gradevoli forniscono spunti per consolidare i rapporti con il pubblico già raggiunto, e per allargare l'audience. Funziona quando c'è continuità. Degli strumenti e di come sceglierli possiamo parlarne nel prossimo numero di **Trentarighe di comunicazione**.

Brand journalism

è giornalismo svolto a supporto di un brand. E un brand è l'esperienza che si ha con un'azienda, un negozio, un business, una persona. Ne abbiamo parlato giusto un anno fa...



Content marketing

è l'utilizzo di un contenuto (e degli strumenti utilizzati per condividerlo) per attirare, coinvolgere, informare e - perché no - divertire le persone cui ci rivolgiamo.

Imparare a comunicare e diventare uno strumento di comunicazione.

Anche in questo [YOURBRAND] COMMUNICATIONS può esservi di grande aiuto. Secondo me, il successo passa di qua.

Paolo Casciato

[YOURBRAND] COMMUNICATIONS srl

CONSULENZA, FORMAZIONE e STRUMENTI di COMUNICAZIONE

www.ybcom.org

☎ 3666 852484

info@ybcom.org

[YOURBRAND] COMMUNICATIONS

com.org

società di relazioni e comunicazione