

LA NUOVA GENERAZIONE DEGLI SPIDER-BRAND

Da un grande potere derivano grandi responsabilità. Così affermava Spider-Man già nel 1962. In quelle parole si legge anche il manifesto dei brand d'eccellenza. Il nuovo marketing e la nuova comunicazione hanno raggiunto una valenza politica e un peso sociale, arrivando a trasformare i linguaggi, le relazioni, i processi, persino gli organigrammi e costringendo le imprese a ripensare campagne, ridefinire obiettivi, ricostruire identità per intercettare un'attenzione molto più labile rispetto al passato. Oggi queste realtà diventano plurali e insieme a dipendenti e clienti ripensano prodotti, servizi e soluzioni in una nuova logica di co-creazione. Quello odierno è un marketing dai superpoteri per brand che diventano – grazie ad azioni e narrazioni concrete – dei veri e propri supereroi.