

L'intervento formativo ha l'obiettivo di descrivere le caratteristiche e gli elementi fondanti della digital content strategy di un brand approfondendo gli aspetti che fanno del "contenuto" non solo uno strumento di amplificazione ma soprattutto di definizione e costituzione della marca. La riflessione comprenderà l'analisi di content experience sia "owned" (format proprietari) che "distributed" (talent, influencer, partnership editoriali)