

Nell'odierno scenario, il marketing digitale rappresenta un fattore chiave per conquistare i mercati. I dati che la tecnologia mette a disposizione sono preziose fonti di informazione su caratteristiche e comportamenti dei consumatori. Saper tracciare questi dati e basare su di essi la pianificazione strategica rappresenta un enorme vantaggio competitivo per l'azienda. L'intervento prenderà in esame la definizione di una strategia - intesa come idea centrale (concept) e linee guida che riguardano la voce e la personalità del brand - partendo da alcuni punti chiave: l'analisi del mercato e della concorrenza; l'individuazione del target specifico e la definizione degli obiettivi. È dall'incrocio di scenari, persone, obiettivi, tempistiche, contenuti e strumenti che nasce la strategia e la successiva definizione di un efficace piano operativo.