

## Come costruire un digital media brand?

Nell'evoluzione sociale e tecnologica in corso i mezzi digitali sono sempre più al centro delle nostre vite, e quindi delle vite dei brand. Si parla spesso dello scontro tra media tradizionali e digitali ma, sebbene questo sia un trend inevitabilmente in atto, creare un media digitale è una sfida che richiede un approccio peculiare e non solo un mero riadattamento.

Se un elemento cardine dell'equazione è il *content*, l'altro - ancora più strutturale - è il *media brand*. Sarà infatti la community di utenti, di lettori (fatta da coloro che si identificano nei valori del brand) di uno specifico progetto editoriale ad amplificare la distribuzione organica del contenuto dandogli visibilità attraverso le condivisioni producendo, quindi, la massimizzazione degli obiettivi di diffusione. E reputazione del brand.

Riavvolgendo il nastro, e andando per punti:

1. Quali sono i connotati essenziali di un media brand?
2. Il linguaggio. Come partire da un approccio "laico" ai canali, ma "religioso" al contenuto?
3. La narrazione di marca e il legame con l'attualità.
4. Less is more e il VD-method.
5. For a Modern Newsroom: La centralità del contenuto
6. Il video e l'approccio data-driven.