

Tra le migliaia di messaggi che ogni giorno riceviamo ce ne sono sempre alcuni che rimangono. La comunicazione che incontra i nostri “affinity receptors” non è più fortunata delle altre... è semplicemente più giusta. Obiettivo del corso è fornire gli strumenti e le tecniche utili alla comprensione dei comportamenti chiave (dal target, al contesto, ai kpi) su cui basare una strategia di contenuti che non sia l’ennesima, povera, vittima di uno scroll.