

ANNA VITIELLO

*Gli obiettivi del branded entertainment: dalla brand identity al purpose*

I Brand hanno la necessità oggi di comunicare non solo chi sono e cosa fanno ma anche i valori che li guidano e in cui credono, e soprattutto il loro purpose. Non basta più avere l'attenzione dei propri consumatori, bisogna guadagnarsi la loro fiducia. un viaggio nel mondo dei Brand che hanno saputo lavorare sul why della marca, generando al contempo una storia coinvolgente e appassionante per le proprie audience.