

2021 e brand content strategy di Sara Vanni

Descrizione

TAG: In Evidenza, Marketing, 2021, brand content strategy

Il 2021 è l'anno del cambiamento: ma qual è la *content strategy* dei maggiori brand mondiali? Una *call to action* all'azione, specie dopo la pandemia, che ha visto la graduale crisi di diversi settori.

Brand content strategy per il 2021

E quindi, su cosa punta la ripresa per il 2021? I maggiori brand mondiali vogliono puntare al 100% sull'**influencing media**. Infatti, con l'ascesa dei principali social network, che sono più diffusi tra i giovani, rispetto alla televisione, la palla passa agli *influencers*. Diventano loro i veri protagonisti del web ed i testimonial dei brand.

Il fenomeno Ferragni

Partiamo subito con un esempio. Nel 2020 Chiara Ferragni è risultata essere la migliore influencer under 30 di Europa, secondo [Forbes](#), la più nota rivista statunitense di economia. Il suo caso è stato discusso da essere anche stato studiato ad Harvard. In piena crisi Covid, ad esempio, è stata protagonista di una **campagna per promuovere il turismo in Italia**. È bastata una foto agli Uffici di Firenze per registrare un **+ 27% di visite**. Insieme a suo marito e noto rapper italiano Fedez, inoltre, ha lanciato una raccolta fondi per costruire in breve tempo un reparto extra di terapie intensive al San Raffaele di Milano.

Immaginiamo cosa può fare come **brand ambassador**.

E qui che risiede la potenza di questa content strategy. Il principio su cui si fonda quello che oggi prende il nome di *fenomeno Ferragni*, se si vuole, è una variazione della più nota teoria marxista: i blogger come le pubblicità condizionano i consumi. E così, la giovane Chiara gira delle *stories Instagram* di vita familiare con Fedez e il piccolo Leone, coinvolge le persone già amanti della reality television, posta una foto con un suo outfit e crea una nuova tendenza. Oggi ha 8 milioni di followers su Instagram, 24 dipendenti e un fatturato che supera i 10 milioni di dollari.

La digital transformation

Insomma, questo 2021, l'anno del cambiamento, cavalcherà l'onda della **digital transformation**. Secondo i dati raccolti nel 2020, infatti, il 40% dei consumatori ha effettuato acquisti in lockdown e il 20% delle aziende ha accresciuto il proprio fatturato.

Tiriamo, quindi, le somme: i maggiori brand punteranno su due elementi in particolare:

-
- Nuovi modelli per incentivare gli acquisti
 - Sostenibilità nei processi aziendali

L'articolo [2021 e brand content strategy](#) proviene da [CIAOUP News & Advertising Influencer](#).

Categoria

1. MARKETING NEWS

Data di creazione

6 Gennaio 2021

Autore

default watermark