

Brand activism i tuoi clienti si aspettano che il tuo brand sia attivo in ambito sociale

Descrizione

Brand sempre più vicini ai propri clienti, ormai l'obiettivo è coinvolgere, attirare, far sentire la voce del proprio brand e poi convertire in acquisti. Coinvolgere oggi non significa solamente avere un forte legame con i tuoi clienti ma anche **far emergere il tuo impegno verso una o più cause di rilevanza sociale, ambientale, politica ed economica**. Il tutto dimostrato da apposite **campagne ad hoc** di comunicazione. Ovviamente ciò di cui stiamo parlando ha un nome ben preciso e da ora in poi dovrai tenerne conto per la tua strategia aziendale, si tratta di **brand activism**.

Una nuova visione dell'azienda e di quello che è il processo di decisione degli acquisti con il brand activism

L'emergenza Coronavirus ha sicuramente contribuito al cambiamento di rotta di molte aziende che oggi si impegnano concretamente nella nostra società. L'azienda ormai da parecchio tempo non rappresenta più un sistema chiuso e l'impronta civica del brand la spinta che porta il consumatore finale all'acquisto.

Premiati i brand che hanno il coraggio e la determinazione di prendere posizione

Dal 2019 ad oggi i **brand** che hanno registrato **più vendite** sono proprio quelli **che prendono posizione**. Soprattutto per le nuove generazioni, il processo decisionale che conduce all'acquisto non è influenzato solamente da fattori come la qualità, la bellezza o il costo ma anche e soprattutto direi dall'affinità con i valori del brand.

Un esempio di brand activism?

Il primo che emerge sicuramente quello di **Ikea** che nelle sue ultime campagne pubblicitarie si impegna sempre di più nella produzione di materiale eco-sostenibile e ci esorta anche a noi a rispettare l'ambiente in cui viviamo. Non solo, sul suo sito troverai perfino la guida intitolata [vita sostenibile nel rispetto dell'ambiente](#). La guida vuole essere una fonte di ispirazione per tutti quelli che, in tempi di cambiamenti climatici, desiderano integrare più sostenibilità e tutela dell'ambiente nella loro vita di tutti i giorni.

Spot Settembre 2020 Ikea rendi il pianeta un posto migliore in cui vivere

Brand identity e brand activism due concetti che vanno a braccetto

Far conoscere l'identità del tuo brand ovvero i valori che possiede, il team che ci lavora, il luogo in cui si producono i prodotti o servizi che offri etc. va sicuramente di pari passo con il brand activism che ne è parte integrante. Bisogna sempre di più quindi umanizzare il brand. Mai come oggi i tuoi clienti ne hanno bisogno.

Tempo fa inoltre avevo scritto un articolo intitolato: [promuovere, sedurre e vendere con i contenuti](#)
• ecco, se ti va ti invito a leggerlo in quanto molto attuale. Ricorda, qualsiasi valore, concetto, iniziativa passa sempre attraverso la comunicazione ed il modo di comunicare nel contesto totale fa la differenza a partire dalla qualità del contenuto!

L'articolo [Brand activism i tuoi clienti si aspettano che il tuo brand sia attivo in ambito sociale](#) proviene da [Labict Agenzia Web Marketing Roma](#).

Categoria

1. PILLOLE DI MARKETING

Data di creazione

14 Ottobre 2020

Autore

andreaperocchi_cczww8c0

default watermark