IL TUO BRAND È UN CREATOR O UN BROADCASTER?

Nove domande su attenzione proprietaria, scelta del pubblico e differenza tra pubblicare contenuti e meritarsi una relazione.

Una verifica provocatoria, basata su evidenze. Non un test diagnostico validato.

EMANUELE LANDI

PUBBLICARE NON È CREARE.

Rispondi SÌ soltanto quando puoi indicare prove osservabili, non intenzioni.

01 Le persone scelgono i tuoi contenuti senza promozione a pagamento?

[ ] SÌ [ ] NON ANCORA

02 Qualcuno noterebbe la scomparsa del tuo format ricorrente?

[ ] SÌ [ ] NON ANCORA

03 Hai un punto di vista e una voce riconoscibili?

[ ] SÌ [ ] NON ANCORA

04 I contenuti parlano a una community precisa, non a tutti?

[ ] SÌ [ ] NON ANCORA

05 Il pubblico può partecipare, contribuire o reinterpretare i contenuti?

[ ] SÌ [ ] NON ANCORA

CHE COSA TI RESTA?

Un’abitudine mediatica vale di più quando la relazione è con il tuo brand, non soltanto con una piattaforma.

06 **Le persone possono tornare da te attraverso un canale diretto?**

[ ] SÌ [ ] NON ANCORA

07 **Impari dal dialogo, non soltanto dalle impression?**

[ ] SÌ [ ] NON ANCORA

08 **La tua IP sopravvive a una singola campagna?**

[ ] SÌ [ ] NON ANCORA

09 **Puoi collegare i comportamenti dell’audience a risultati di business?**

[ ] SÌ [ ] NON ANCORA

Conta le prove, non i punti: nove domande non equivalgono automaticamente a un punteggio di brand validato.

DAL BROADCAST ALLA RELAZIONE.

Tre mosse dopo l'autovalutazione.

01

Costruisci un format riconoscibile.

Scegli qualcosa di ripetibile che dia alle persone un motivo per tornare, non semplicemente un nuovo messaggio di campagna.

02

Lascia agency al pubblico.

Crea occasioni per rispondere, contribuire, condividere, reinterpretare o diventare parte del contenuto.

03

Possiedi una connessione.

Invita le persone a una relazione diretta, duratura e basata sul consenso, che sopravviva a una piattaforma o a una sponsorizzazione.

IL TUO BRAND PUÒ CONQUISTARSI UN MOTIVO PER TORNARE.

Questa è un'autovalutazione provocatoria, non uno strumento diagnostico validato. Parti dalle evidenze e chiediti quali relazioni i tuoi contenuti hanno davvero conquistato.

LEGGI L'ARTICOLO ORIGINALE

Your brand is a creator or a broadcaster? · contentwithaview.com

CONTENT WITH A VIEW · L'INFLUENZA CHE TI APPARTIENE.