THE AFTERLIFE TEST.

Come capire se una partnership di brand è valsa la pena — anche dopo che l'audience presa in prestito se n'è andata.

Otto domande. Una scheda di valutazione. Un modo migliore per negoziare ciò che resta.

EMANUELE LANDI

COSA RESTERÀ DAVVERO TUO?

Poniti queste domande prima di firmare una sponsorizzazione, un accordo di licensing o una partnership con un creator.

01

Che cosa sopravvive al contratto?

Elenca gli asset che possiederai davvero: format, creatività, diritti, dati o una relazione diretta con il pubblico.

02

Chi mantiene il capitale culturale?

Stai contribuendo con qualcosa che le persone apprezzano, oppure prendi in prestito per poco tempo il desiderio generato da un'IP?

03

Appartieni davvero a questo contesto?

La rilevanza si conquista nel contesto. Una produzione impeccabile non risolve un disallineamento con la community.

04

Community o semplice lista di contatti?

Le persone hanno scelto una relazione duratura con il brand, oppure hanno soltanto aderito a una promozione?

L'ALTRA METÀ DELL'ACCORDO.

La visibilità è l'inizio della valutazione, non la conclusione.

05

Puoi raggiungere le persone direttamente?

Verifica quali dati e consensi restano tuoi. L'accesso al pubblico scompare insieme alla piattaforma partner?

06

Hai negoziato l'uscita?

Specifica nel contratto l'utilizzo post-campagna delle creatività, dei format condivisi, dei diritti IP e degli asset relazionali.

07

Qual è la curva di decadimento?

Pianifica verifiche a 30, 60 e 90 giorni su visite di ritorno, partecipazione volontaria, ricerche del brand e risposte dirette.

08

Puoi confrontare gli accordi in modo equo?

Applica una griglia coerente a ogni collaborazione. Costruisci un tuo benchmark invece di aspettarne uno.

LA SCHEDA AFTERLIFE.

Una scheda da usare nella prossima negoziazione: aiuta a decidere, non è una formula scientifica di ROI.

ASSET

Quali proprietà intellettuali, contenuti o diritti rimangono?

ACCESSO

Quale pubblico puoi raggiungere direttamente e con il consenso?

CULTURA

Quale significato distintivo ha portato il tuo brand?

MISURAZIONE

Che cosa misurerai a 30, 60 e 90 giorni?

USCITA

Quali diritti, contatti e format sopravvivono all'accordo?

PRIMA DI FIRMARE: cosa sarà ancora tuo quando i riflettori si spegneranno?

NON COMPRARE SOLO IL MOMENTO.

Misura anche le vendite, certo. Ma negozia anche ciò che resta: asset, permessi, capitale culturale e relazioni che sopravvivono alla campagna.

VUOI APPROFONDIRE IL RAGIONAMENTO?

Leggi l'articolo originale The Afterlife Test su Content with a View. Iscriviti per nuove analisi su attenzione proprietaria, IP e modelli di business dei media.

contentwithaview.com

LA VISIBILITÀ FINISCE. CIÒ CHE POSSIEDI PUÒ RESTARE.