



Area Riservata

username [Recupera i tuoi dati](#)password

iscriviti

ricordami

entra

leggi le news sul mondo del Mkt e della comunicazione

di [redazione di comunitàzione](#)
visualizza altri scritti
letto 61 volte

news

Sei nella macroarea: News

[\[comunicati stampa\]](#)BARI - LINATE
da € **58** o/w
tutto incluso

VOLA SU ALITALIA.COM

Crea annunci mirati.
Iscriviti a **AdWords**

Brand Concepts e Brand 2.0 in porta Venezia

Il party per la presentazione di Brand Concepts



Approfondimenti

Suggerisci corrispondenze tra

PARTY PRESENTAZIONE "BRAND CONCEPTS" E "BRAND 2.0" IN PORTA VENEZIA

Milano, Martedì 22 maggio si è svolta presso la Casa del Pane (Casellovest di Porta Venezia - Piazza Oberdan) il party per la presentazione di **Brand Concepts**, una collana di libri che, con cadenza quadrimestrale, analizzerà le tematiche e gli scenari più innovativi del branding, attraverso la collaborazione con istituti di ricerche di mercato e atenei specializzati in comunicazione e marketing.

Nel corso dell'evento, tra video interattivi e originali video installazioni, è stato presentato il progetto **Brand 2.0**, in uscita nell'ottobre 2007, dedicato a tutti quei brand che stanno sperimentando delle forme collaborative con i propri clienti e consumatori.

Alla presenza di direttori marketing e responsabili clienti di agenzie di comunicazione sono stati presentati alcuni risultati di una ricerca, commissionata da Adobe e in licenza d'uso per **Brand Concepts**, condotta a livello mondiale dall'Intelligence Unit del settimanale **The Economist** sull'attuale livello di coinvolgimento raggiunto dalle imprese, sulle tattiche utilizzate per generarlo ed i principali mezzi e strategie per incrementarlo.

Dalla ricerca emerge che le operazioni di "engagement" rappresentano un'importantissima leva per aumentare la fedeltà e la soddisfazione dei propri clienti, ma per far sì che tutto ciò si trasformi in un reale vantaggio competitivo, è necessario sviluppare una seria strategia pluriennale.

Brand Concepts si pone come uno strumento flessibile e super partes per lo studio e l'approfondimento del branding.

Brand Concepts e **Brand 2.0** sono realizzati dalla **b&p communication**, una nuova società editrice di studi e report sul brand e sui rapporti tra marchi, aziende e consumatori. La produzione dell'evento della Casa del Pane è stata realizzata da **dimension n**.

Milano, 23 maggio 2007.

<http://www.bpcommunication.net>

<http://www.dimensionn.it>