

Azione 2. Evento

Obiettivo

Instaurare un rapporto proficuo con pubblici selezionati (clienti, opinion leader, giornalisti).
Creare “esperienze” che coinvolgano il brand e stimolino la circolazione di messaggi positivi.

Strumenti

- ideazione di un evento;
- selezione della lista degli invitati, realizzazione inviti e spedizione;
- segreteria organizzativa per la raccolta delle adesioni;
- realizzazione materiale stampa per i giornalisti;
- ufficio stampa pre e post evento. Rassegna stampa finale.

Modalità

Partiremo dall'ideazione di un evento capace di coniugare la creatività e l'originalità della proposta con la coerenza rispetto ad un obiettivo di comunicazione attentamente delineato.

Ci occuperemo quindi di stilare la lista degli inviati, gestire gli inviti e le adesioni.

Particolare attenzione sarà riservata alla stampa, che sarà messa nelle condizioni di dare la massima divulgazione pre o post (a seconda delle modalità) ai contenuti veicolati dall'evento. Infine, le uscite sui media saranno raccolte in una rassegna stampa.