

STRATEGIE



**DOPPIAA / ALAIN FRACASSI
 E PROPRIETARIO DEL BRAND
 INSIEME AD ALBERT CARRERAS**

Quanto conta il digital oggi?
 Sicuramente conta moltissimo, è diventato imprescindibile da tutti i punti di vista e non solo come strumento privilegiato della comunicazione.

Quanto sono importanti i social per il successo di un brand?
 Sicuramente sono diventati importanti perché condivisi globalmente da un numero incredibile di persone. Sono diventati naturalmente i nuovi media di riferimento a cui ci si affida anche per formarsi un proprio punto di vista, un'opinione sulle cose da esprimere ad una platea altrimenti inarrivabile.

Qual è la vostra posizione riguardo i social media e quella nei confronti della carta stampata?
 Certamente i social sono diventati importantissimi, ma a mio parere la carta stampata per la comunicazione di qualità conserva ancora un'autorevolezza e un fascino difficili da sostituire. Un po' come certi romanzi di cui hai bisogno di possedere la copia per poterla toccare e sfogliare (e magari annusare l'odore della stampa) quando e come vuoi tu.

Qual è il più efficace?
 Hanno due funzioni diverse. I social media sono immediati, diretti e ti danno un risultato istantaneo. La carta stampata privilegia consistenza e contenuto. Quando le cose stanno effettivamente così (qualità dei contenuti della stampa, potenza e velocità dei social), diventano efficaci strumenti complementari per la comunicazione multilivello e non puoi fare a meno né dell'uno né dell'altro.

Come distribuite gli investimenti attraverso i differenti media (carta stampata, tv, web, piattaforme digitali)?
 Al momento ci viviamo ancora come start up e per ora tutto il nostro investimento è sui social. Sicuramente, proiettandoci nel futuro, valuteremo anche strategie diverse come la carta stampata o il web.

Secondo voi, gli influencer riescono veramente a veicolare in maniera efficace un determinato prodotto?
 Sì, quando riescono a raccontare un prodotto in cui si sono davvero identificati.

**DRUMHOR / MICHELE CIOCCA
 TITOLARE DEL BRAND**

Quanto conta il digital oggi?
 Indubbiamente è il modo più immediato per comunicare con il consumatore, sta esistendo che potenziale. Di conseguenza, è fondamentale per tutte le attività di comunicazione del brand poiché crea un link diretto e mirato fra le due parti.

Quanto sono importanti i social per il successo di un brand?
 Sono la vetrina sul mondo, uno strumento per informare "live", istantaneamente su tutte le novità e le attività del brand, qualsiasi esso sia.

Qual è la vostra posizione riguardo i social media e quella nei confronti della carta stampata?

Personalmente ritengo necessari entrambi, informano in modo completamente diverso. A mio avviso, la grande differenza consiste nel tipo di fruizione che il consumatore fa dell'uno e dell'altro. I social media danno delle informazioni molto veloci, la sensazione è che si esauriscano subito, che diventino "vecchie" più velocemente. Mi sembra, invece, che ad un bel magazine il consumatore dedichi più tempo, lo guarda, lo legge, lo "usa" quando ha più tempo.

Qual è il più efficace?
 Non ritengo che uno sia necessariamente più efficace dell'altro. Come dicevo prima, il ruolo necessari entrambi proprio per la loro diversa natura e potenzialità. I social sono in grado di informare più velocemente, in modo sistematico e volendo metodico. Giocano molto sul potere dell'immagine, sul catturare l'attimo. La carta stampata, invece, offre probabilmente più agenti di riflessione e approfondimento.

Come e distribuite gli investimenti attraverso i differenti media, (carta stampata, tv, web, piattaforme digitali)?
 La strategia di Drumhor prevede forti investimenti nei social e nelle piattaforme web nei prossimi anni. A febbraio andrà online il nuovo sito, completamente rinnovato nella forma e nei contenuti, e che, per la prima volta, offrirà ai nostri consumatori la possibilità dell'acquisto Drumhor su e-commerce. Per quanto riguarda i social, stiamo studiando delle strategie per coinvolgere il consumatore con attività di lifestyle a 360°, non solo riguardanti il modo di vestire ma anche il modo di vivere del cliente Drumhor.

Secondo voi, gli influencer riescono veramente a veicolare in maniera efficace un determinato prodotto?
 Credo proprio di sì. Se sono un follower di qualcuno è perché mi interessa sapere cosa fa, come si comporta, dove va in vacanza, in quali ristoranti va. In poche parole, credo che il tuo modo di essere sia simile al mio o comunque mi piace come vivi e quindi ti seguo, cerco un modo per farne parte.





DRUMHOR / MICHELE CIOCCA TITOLARE DEL BRAND

Quanto conta il digital oggi?

Indubbiamente è il modo più immediato per comunicare con il consumatore, sia esistente che potenziale. Di conseguenza, è fondamentale per tutte le attività di comunicazione del brand poiché crea un link diretto e mirato fra le due parti.

Quanto sono importanti i social per il successo di un brand?

Sono la vetrina sul mondo, uno strumento per informare "live", istantaneamente su tutte le novità e le attività del brand, qualsiasi esso sia.

Qual è la vostra posizione riguardo i social media e quella nei confronti della carta stampata?

Personalmente ritengo necessari entrambi, informano in modo completamente diverso. A mio avviso, la grande differenza consiste nel tipo di fruizione che il consumatore fa dell'uno e dell'altro.

I social media danno delle informazioni molto veloci, la sensazione è che si esauriscano subito, che diventino "vecchie" più velocemente. Mi sembra, invece, che ad un bel magazine il consumatore dedichi più tempo, lo guarda, lo legge, lo "usa" quando ha più tempo.

Qual è il più efficace?

Non ritengo che uno sia necessariamente più efficace dell'altro. Come dicevo prima, li reputo necessari entrambi proprio per la loro diversa natura e potenzialità. I social sono in grado di informare più velocemente, in modo sistematico e volendo metodico.

Giocano molto sul potere dell'immagine, sul catturare l'attimo.

La carta stampata, invece, offre probabilmente più spunti di riflessione e approfondimento.

Come distribuite gli investimenti attraverso i differenti media, (carta stampata, tv, web, piattaforme digitali)?

La strategia di Drumohr prevede forti investimenti nei social e nelle piattaforme web nei prossimi anni. A febbraio andrà online il nuovo sito, completamente rinnovato nella forma e nei contenuti, e che, per la prima volta, offrirà ai nostri consumatori la possibilità dell'acquisto Drumohr su e-commerce.

Per quanto riguarda i social, stiamo studiando delle strategie per coinvolgere il consumatore con attività di lifestyle a 360°, non solo riguardanti il modo di vestire ma anche il modo di vivere del cliente Drumhor.

Qual è il più efficace?

Non ritengo che uno sia necessariamente più efficace dell'altro. Come dicevo prima, li reputo necessari entrambi proprio per la loro diversa natura e potenzialità. I social sono in grado di informare più velocemente, in modo sistematico e volendo metodico. Giocano molto sul potere dell'immagine, sul catturare l'attimo. La carta stampata, invece, offre probabilmente più spunti di riflessione e approfondimento.

Come distribuite gli investimenti attraverso i differenti media, (carta stampata, tv, web, piattaforme digitali)?

La strategia di Drumohr prevede forti investimenti nei social e nelle piattaforme web nei prossimi anni. A febbraio andrà online il nuovo sito, completamente rinnovato nella forma e nei contenuti, e che, per la prima volta, offrirà ai nostri consumatori la possibilità dell'acquisto Drumohr su e-commerce. Per quanto riguarda i social, stiamo studiando delle strategie per coinvolgere il consumatore con attività di lifestyle a 360°, non solo riguardanti il modo di vestire ma anche il modo di vivere del cliente Drumohr.

Secondo voi, gli influencer riescono veramente a veicolare in maniera efficace un determinato prodotto?

Credo proprio di sì. Se sono un follower di qualcuno è perché mi interessa sapere cosa fa, come si comporta, dove va in vacanza, in quali ristoranti va. In poche parole, credo che il tuo modo di essere sia simile al mio o comunque mi piace come vivi e quindi ti seguo, cerco un modo per farne parte.

