



Autore e conduttore di “Brand Journalism”, la trasmissione radiotelevisiva diventata una vera e propria “masterclass” con tutti i professionisti e le case-history più interessanti del settore, Lorenzo Zacchetti prosegue con questo libro nell’opera di definizione di una nuova professionalità dei giornalisti.

Dopo anni di relazioni quantomeno difficili con gli interessi economici – talvolta nemici da combattere e in altri casi ispiratori occulti delle famose “marchette” – l’evoluzione del mercato ha reso necessario un cambiamento fondamentale: gli strumenti professionali dei giornalisti sono diventati indispensabili per le aziende, la cui comunicazione va profondamente ripensata alla luce della nuova realtà disegnata dalla disintermediazione. Imprese e prodotti vanno comunicati su un piano diverso, che coinvolga il target dal punto di vista emozionale, valoriale e anche etico, nell’ottica di quella “politicizzazione del marketing” che rappresenta un punto focale per l’autore, che conosce la professione del Brand Journalist per esperienza diretta. E di successo. Come tutti gli altri mestieri, non è per tutti: servono competenze che vengono precisamente descritte nel libro, a partire dal rigore nella ricerca della verità che rappresenta il primo dovere di ogni giornalista e che anche un Brand Journalist deve saper mettere in campo, pur lavorando per un’azienda e non per un editore tradizionale.

DATI BIBLIOGRAFICI

Autore: Lorenzo Zacchetti

Editore: Ledizioni

Pubblicato nel: marzo 2022

Formato: brossura, 213 p. – ePub

ISBN cartaceo: 9788855266789

ISBN ePub: 9788855266796

Prezzo cartaceo: 16,90 €

Prezzo ePub: 6,99 €