

## **Il Social brand un utente tra tanti**

Con l'avvento di internet in generale e dei social network in particolare il rapporto di forza tra il brand e il consumatore è cambiato drasticamente.

### **Com'era prima?**

Era un rapporto molto verticale . Prima il consumatore non veniva preso in conto nell'elaborazione delle strategie di marketing. Si preferiva basarle sul prodotto e sull'azienda. Con l'uso platonica delle 4P. il consumatore non c'entrava niente o poco nel concepimento dei prodotti nuovi.

### **Com'è adesso ?**

Adesso beh adesso il potere è cambiato di mano. Siamo nell'era del consumismo dove il consumatore ha preso il potere pian piano. A iniziato con l'avvento del web e si è consolidato con i social network. Adesso è il brand a dare del "LEI" al consumatore.

### **i social network luoghi dove i brand diventano umani**

Con l'avvento dei social, i brand hanno capito che per essere accettati dovevano diventare utenti normali alla pari di tutti gli altri utenti. I social network sono luoghi dove i brand diventano umani e parlano la nostra lingua.

All'interno dei social i brand interagiscono come gli altri utenti chiedendo amicizia, like, condivisione e tant'altro. Scrivendo post e seguendo facendosi seguire .

Grazie all'avvento dei social network le relazioni tra i brand e gli utenti sono diventati ordinari in termini di interazioni. Il brand ha dovuto sposare le logiche dei social che sono la condivisione dove non esistono gerarchie da capo a dipendente ma relazioni di amicizia alla pari.

NB: Questo articolo serve a riflettere su questo particolare argomento . A noi piacerebbe che tu lo approfondisse.