

Poltrone IAKI spinge il focus sui contenuti con la creazione del ruolo di Head of Content and Media

Il compito viene affidato a Michele Baldari che si occuperà dell'ideazione di contenuti e della gestione dell'intera pianificazione media, sempre più performante e mirata rispetto alle richieste dei brand

Il concetto di social media è in continua evoluzione e oggi la necessità dei brand non è più solo quella di avere un piano editoriale social

ma contenuti che siano performanti e una gestione unitaria del customer journey. Per governare il cambiamento, IAKI ha nominato Michele Baldari Head of Content and Media. Con una formazione di tipo economico/analitica, Baldari ha un'esperienza decennale nel mondo della comunicazione digitale, dove ha avuto l'opportunità di lavorare in maniera trasversale nei differenti ambiti merceologici occupandosi dalla strategia alla gestione degli investimenti media. Nel corso della sua ultima esperienza lavorativa, in Together del gruppo Oneday, ha gestito la

strategia social di diversi brand e industry, dal gaming al food passando per il settore energetico e il mondo della sostenibilità. In IAKI si occuperà di guidare la strategia e lo sviluppo dei contenuti in modo efficace per massimizzare l'impatto e la visibilità su ogni canale in un contesto omnichannel e generation driven. "Il posizionamento di IAKI sta cambiando e va sempre più in una direzione che prevede lo sviluppo di contenuti performanti e la gestione dell'intera pianificazione media, attraverso la costruzione di un palinsesto dinamico sviluppato su trend e



MICHELE BALDARI

conversazioni rilevanti - commenta Sandro Marchetti, Amministratore Delegato di IAKI -. In un'ottica omnicanale e di marketing generazionale, in cui è fondamentale integrare contenuto, dato e creatività, l'ingresso di Michele rappresenta la base di una progettualità che va in questa direzione".

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.



129103