

### ***Tribal Marketing After Covid: Consuming Together in an Age of Social Distance***

Il marketing tribale ha l'obiettivo di valorizzare il legame sociale fra soggetti uniti da una passione comune (le tribù, le comunità di marca). Il valore attribuito dai consumatori al legame sociale e comunitario ha indotto il marketing a far leva sulle iniziative rivolte a gruppi di appassionati. Negli ultimi due decenni i brand hanno enfatizzato sempre di più questo valore nelle loro strategie di marketing e comunicazione facendo del vissuto collettivo un vantaggio competitivo.

Dal mese di marzo 2020, si pone un problema molto importante per tutte queste aziende. La brand experience deve essere ripensata per adattarsi al periodo di pandemia.

Casi aziendali di nuove forme di esperienze post-covid riguardano SoulCycle, Tough Mudder or Brewdog