

21

INFLUENCER MARKETING

powered by UPA

Influencer marketing e brand reputation:
come prevenire i profili di rischio e intervenire in modo efficace in caso di problematiche

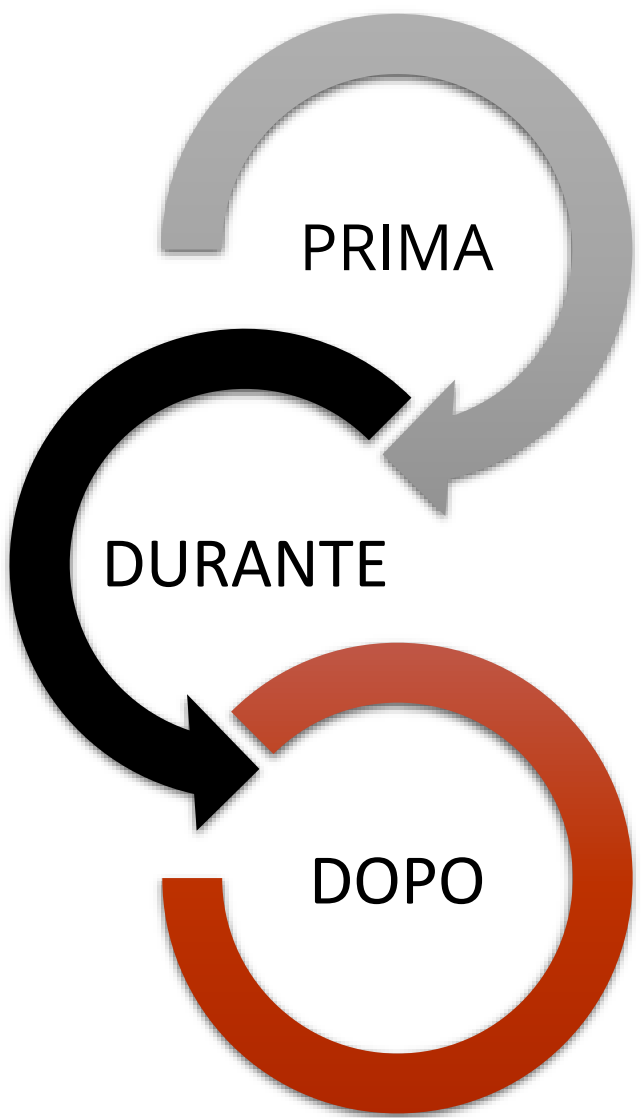
Avv. Ilaria Gargiulo, Head of IP&Advertising team, Studio Legale DGRS

Partner dell'evento

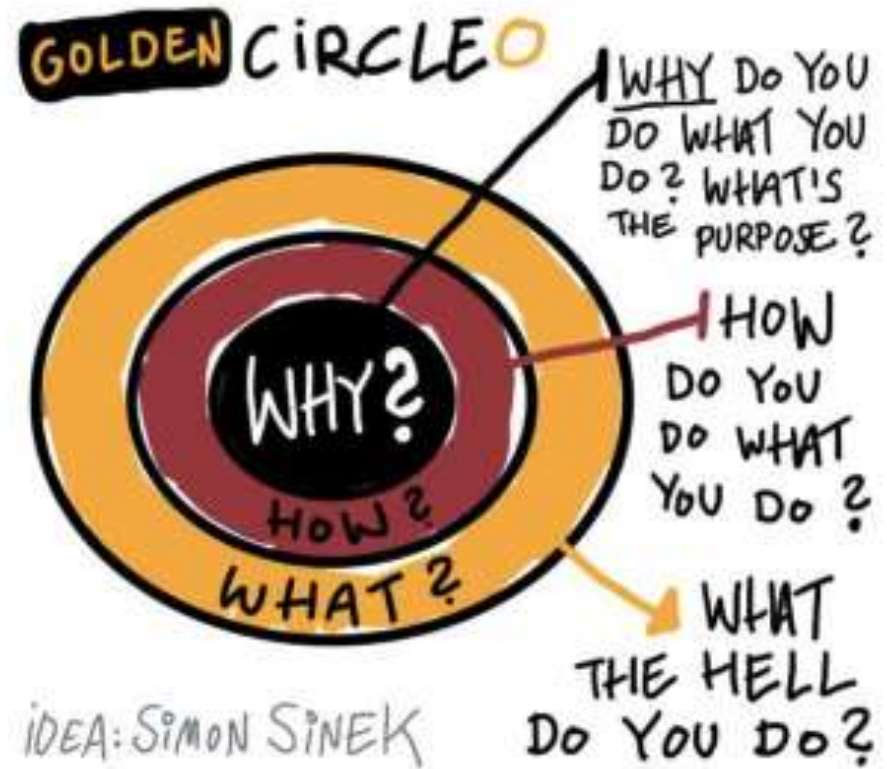


© 2021 DGRS STUDIO LEGALE





L'importanza del «perché» e del Brand



L'importanza del «perché»

Perché? Per comunicare i valori legati al Brand

Come? Influencer Marketing

Cosa? Prodotto/servizio del brand

L'importanza del Brand

Perché?

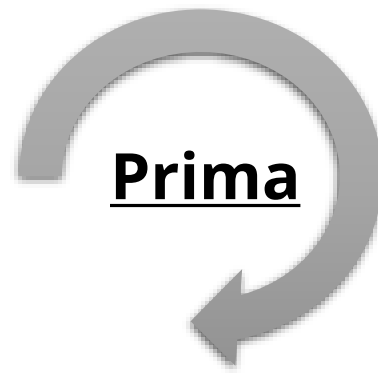
Il marchio ha una funzione
informativa e distintiva

Il marchio è un bene autonomo, è
il primo strumento di
comunicazione

Prima

DON'T PANIC



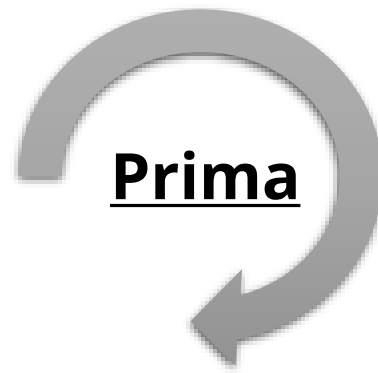


Strumenti legali a supporto

Formazione delle risorse

Clausole contrattuali specifiche

Brief dettagliati



Formazione (anche legale) delle risorse (interne ed esterne)

Social Media Manager

Agenzia

Legali

Durante





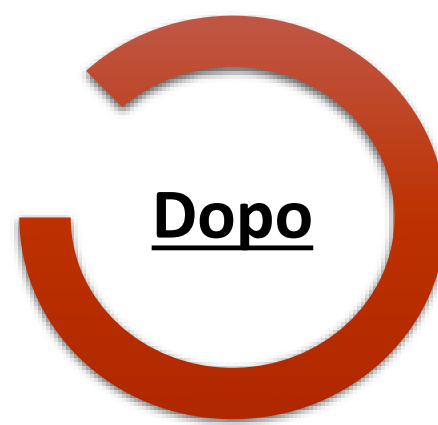
Strumenti legali a supporto

Clausole contrattuali specifiche

Policy gestione errori influencer

Dopo

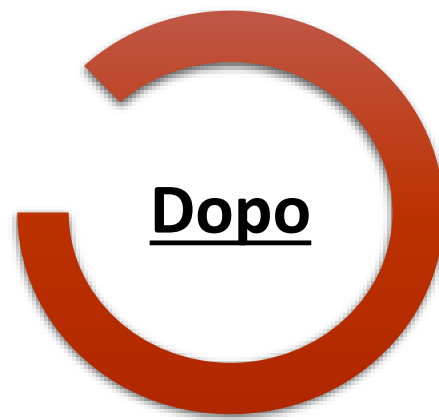




Strumenti legali (e non) a supporto

Monitoraggio effetti campagna sul Brand

Policy gestione «eventi dannosi»



Policy gestione «eventi dannosi»

Chi decide e chi agisce

Azioni/rimedi per casi «tipici»

Strategia per casi «atipici»/più gravi

Criteri per decidere se e come intervenire

Consigli pratici

«Prevenire è meglio che curare»
formazione e contratti

«Attenzione ai dettagli»
monitoraggio e analisi dei dati

«A bocce ferme»

policy come strumento di difesa per i Brand e come
valore aggiunto ai servizi di agenzie e influencer

21 **INFLUENCER
MARKETING**
powered by UPA