

Brainpull organizza a Conversano il primo evento TikTok Talks

2026-06-19 18:21:43 di Forbes.it

URL:<https://redazione.forbes.it/2026/06/19/brainpull-organizza-a-conversano-il-primo-evento-tiktok-talks/>

Il 25 giugno 2026, dalle 9:00 alle 15:30, la Pinacoteca di Conversano ospiterà **TikTok TALKS**, il primo evento di **Brainpull** focalizzato su TikTok. Una giornata interamente dedicata a ceo, imprenditori, business e marketing manager che vogliono capire come portare la propria azienda dentro la piattaforma che ha riscritto le regole del marketing digitale. L'evento in partnership ufficiale con *Forbes Italia* nasce con un obiettivo preciso: cambiare il modo in cui le aziende italiane si avvicinano alla creazione di contenuti video. Non più un semplice canale da "presidiare" con logiche da pubblicità tradizionale, ma uno spazio dove la creatività diventa asset di business e dove il linguaggio è la prima leva di ingaggio. "La creator economy non è più solo un fenomeno di costume, ma una delle colonne portanti della nuova macroeconomia globale. Oggi i creatori di contenuti sono a tutti gli effetti imprenditori digitali capaci di ridefinire le regole del marketing, dell'intrattenimento e del commercio elettronico", ha detto **Michele Belingheri**, direttore commerciale di *Forbes Italia*. Noi di Forbes Italia guardiamo a questo ecosistema con estrema attenzione: dietro a un video o a un podcast di successo ci sono filiere produttive, innovazione tecnologica, competenze di business e una capacità unica di generare valore e occupazione. Riconoscere e valorizzare questa industry significa comprendere dove si sta muovendo il futuro del mercato e degli investimenti in Italia."

Il concept: dove le aziende imparano a parlare il linguaggio di TikTok

Il nome racconta da solo la natura del format. TikTok TALKS non è un convegno frontale, ma un momento di confronto nel senso più ampio del termine, con interventi, case study, tavole rotonde, scambio diretto di approcci tra chi su TikTok lavora ogni giorno. Un format aperto, dinamico, dialogico, costruito attorno a ciò che è davvero il fulcro della piattaforma: la conversazione e la scoperta. Il punto, oggi, non è più decidere se essere su TikTok. Il punto è capire come starci. La piattaforma ha trasformato la pubblicità in intrattenimento, l'utente in autore, il brand in voce. Le aziende che ottengono risultati sono quelle che hanno smesso di tradurre il proprio tono di voce istituzionale in formato verticale e hanno iniziato a parlare davvero il linguaggio della community di TikTok: autenticità, edutainment, riferimenti culturali. TikTok TALKS è pensato per accompagnare le aziende verso questo cambiamento, lavorando su tre piani che spesso restano scollegati: la comprensione del codice creativo della piattaforma, la costruzione di una strategia editoriale che generi risultati misurabili, e l'integrazione di nuovi strumenti — dall'AI nella produzione di contenuti alle opportunità di formazione finanziata — che permettono di sviluppare progetti senza appesantire i budget marketing.

I temi della giornata

Il programma esplorerà come settori diversi — food & beverage, retail, servizi, B2B — stanno costruendo la propria presenza su TikTok, con focus sull'edutainment come strategia di posizionamento, sul rapporto tra creatività e risultato di business e si chiuderà con una tavola rotonda insieme ai clienti Brainpull e una dimostrazione live di creazione di un contenuto TikTok, per mostrare in tempo reale come si passa dall'idea al video. La partecipazione è gratuita e riservata a un numero limitato di posti, subordinata a prenotazione tramite [il modulo dedicato sul sito TikTok Talks](#).