

Luca Alberti

Risorsa CREATIVA

Advertising, media e marketing communication: per restare sul mercato è necessario restare al passo. Quale supporto offrite alle imprese che si rivolgono a voi?

“Per rispondere a questa domanda, partirei dal presupposto che “fare” marketing communication e pianificare correttamente i media è, oggi, di fondamentale – anzi, oserei dire vitale – importanza. Questo discorso vale in particolar modo per le aziende i cui prodotti “vanno” direttamente al consumatore; sono quindi convinto che per restare, consolidarsi e crescere sul mercato attuale, sia necessario ottimizzare la comunicazione aziendale e razionalizzarla in base alla reale domanda del mercato stesso. Direi che sono finiti i tempi in cui bastava scegliere un “mezzo” e conseguentemente si avevano risultati tangibili fin da subito. Oggi la cosa più importante è l'efficacia del messaggio: capire poi a chi e come comunicarlo è il segreto per una campagna vincente”.

Nell'era di internet e della comunicazione il vostro settore ha registrato un vero e proprio boom. Esperienza, competenza e creatività bastano per non perdersi tra le tantissime realtà nate a questo scopo?

“Per il mondo del web, nonostante le gigantesche palesi differenze, vale paradossalmente lo stesso discorso fatto per i mezzi tradizionali. Creatività e competenza fanno e faranno sempre la differenza, ma tutto ciò non basta. Raggiungere l'obiettivo che ci si è prefissati è il vero punto focale; oggi tutti, o quasi tutti, hanno un sito web, ma quanti possono oggettivamente affermare che il loro sito crei business? Non è solo una questione estetica, per noi è “scontato” che il sito sia accattivante, ma sono la struttura, i contenuti e tutti i piccoli dettagli che non si vedono “ad occhio nudo” che danno al sito una marcia in più! Capisco che per un'azienda non sia facile scegliere ed affidarsi ad un'agenzia, soprattutto quando il mercato attuale propone tante nuove realtà (che spesso però “spariscono” nel giro di poco) che promettono veri e propri miracoli a prezzi che spesso sono oggettivamente ridicoli. Il mio consiglio è quello di – e questa è una regola generale – affidarsi a società consolidate, che possano vantare un portfolio importante e che possano soprattutto “mettere sul piatto” esperienza e professionalità”.

Integrazione è la parola d'ordine. Per esaudire le aspettative di un committente, come coniugate le tecniche del marketing moderno senza sovrastare l'assetto già predefinito di un'azienda?

“Più che di integrazione, parlerei di innovazione, dove “innovare” non riguarda solamente le strategie, ma anche e soprattutto l'immagine aziendale. Spesso lavorando correttamente sull'immagine dell'azienda, si hanno effettivamente dei risultati sorprendenti, anche perché molte aziende italiane – soprattutto quelle più piccole – hanno ancora un approccio comunicativo “vecchio stampo” e quindi oggettivamente poco efficace. Chiaramente è la strategia che fa la vera differenza, ma ricordiamoci che è vero sì che noi proponiamo e pianifichiamo strategie di marketing ma che è altrettanto vero che è compito dell'intero staff dell'azienda cliente attuarle seguendo le linee guida stabilite. Ogni azienda ha una propria anima e quindi bisogna creare strategie “ad hoc” per rendere un brand unico ed inimitabile”.

Al di là di un ritorno d'immagine, quali vantaggi concreti può ottenere un'azienda che sceglie di avvalersi della vostra competenza?

“Facile! Il sottoscritto ed i suoi collaboratori fanno vendere di più! E' chiaro che per ottenere incrementi di quote di mercato è necessario “muoversi” in modo professionale, ottimizzando le risorse del cliente. Il ritorno d'immagine è la conseguenza: sottolineerei assolutamente non trascurabile, anzi fondamentale”.

Consolidamento del brand: quale è la vostra ricetta?

“Parlando di brand, ci si riaggancia immediatamente all'argomento appena trattato. Parafrasando un notissimo pubblicitario - Luis Bassat - un'agenzia pubblicitaria deve “creare una marca oggi per vendere di più domani”. Questa è la sintesi di come si deve fare – bene, ovviamente – comunicazione! Lavorare costantemente, seguendo un piano di marketing dettagliato, è la principale regola da seguire per consolidare il brand e far sì che il marchio (aziendale e di prodotto) possa “influenzare” realmente la scelta del consumatore. Non pensiamo che solo le grandi multinazionali possano lavorare in questa direzione: facendo le dovute proporzioni, qualsiasi azienda, anche la più piccola, può utilizzare tecniche di marketing strategico e di branding veramente efficaci”.

AP&P

Comunicazione & Marketing

Via San Polo 255 Brescia - Tel. 030 2301679 - Fax 030 2309126

info@ap-p.it - www.ap-p.it

