



**RICHMOND
MARKETING
FORUM**

ARTIMINO, 17 – 18 MAGGIO 2018



L'intervista EXHIBITOR

**GIANNI SANTOLLA, CEO di SICOMUNICAWEB e FEDERICO SPADA,
Managing Partner di SPADA MEDIA GROUP**



“Fa parte della nostra filosofia aziendale pensare non al singolo prodotto o servizio, ma ad una strategia integrata basata su un agire sinergico, capace di coniugare tutti gli strumenti di marketing a disposizione di un’azienda”.

Buongiorno e grazie per aver scelto la 23esima edizione di Richmond Marketing forum. Non è la prima volta che partecipate agli eventi organizzati da Richmond Italia. Cosa vi ha spinto a tornare? E quali sono, secondo voi, i punti di forza di questo format?

Esatto, questa per noi è la prima volta al Marketing forum, abbiamo però partecipato ad altri eventi Richmond. Torniamo con molte novità, a partire dal fatto che quest’anno siamo presenti come gruppo, SiComunicaWeb e Spada Media Group insieme. Crediamo che questa sia un’importante occasione di incontro e confronto con le aziende, speriamo che da questi momenti di scambio possano nascere molte sinergie efficaci e produttive.

Di cosa si occupano SiComunicaWeb & Spada Media Group?

SiComunicaWeb nasce nel 2010 da un gruppo di professionisti provenienti dal mondo dell’Information Technology e del Web Marketing con oltre 10 anni di esperienza nel settore. La società, specializzata nella creazione di siti web auto gestibili, è cresciuta rapidamente e conta un portafoglio di oltre 800 clienti attivi su tutto il nord Italia. I servizi offerti sono via via aumentati arrivando oggi a coprire le aree della: creazione siti web; del Web Marketing (SEO, SEM e Social Media); dello sviluppo dell’immagine coordinata aziendale; dell’e-mail e dell’sms marketing fino ad arrivare allo sviluppo di applicazione per il mondo mobile sia Apple che Android.

Anche Spada Media Group è notevolmente cresciuto in questi ultimi anni triplicando il numero dei propri collaboratori e raggiungendo canali e clienti di portata nazionale ed internazionale. L’agenzia si è sviluppata infatti nel tempo puntando sull’innovazione e sul continuo aggiornamento, in particolare strutturandosi in quattro business unit: Media Center, Digital Marketing, Graphic Design, Organizzazione Eventi e Digital Pr. Dall’advertising puro ci siamo messi in gioco accogliendo la sfida del mondo web, seguendo l’evoluzione della tecnologia e l’avanguardia del marketing. Oggi siamo il partner per la

pianificazione e la realizzazione di campagne di comunicazione digitali e tradizionali: operiamo infatti sia come centro media sia come società di consulenza digital.

C'è un progetto in particolare a cui state lavorando e che vi va di raccontarci?

Per questa edizione, forti di un team di sviluppo in grado di progettare e creare prodotti su misura a forte valore aggiunto, e che ci permettono di differenziarci dai nostri competitors, presenteremo i Realytics, un sistema di sensori per misurare il ROI da mobile, ed EventPlus, una piattaforma mobile per l'event management. Infine, proporremo in anteprima la Social Live Printer in grado di stampare in tempo reale foto condivise sui social associate ad un determinato hashtag. Quest'anno tutti coloro che nell'arco del Marketing Forum posteranno sui propri profili Instagram foto con l'#tag dell'evento potranno venire alla nostra postazione e ritirarla gratuitamente.

Inoltre, proprio perché crediamo nella sinergia dei diversi canali di marketing, abbiamo deciso di investire nell'Out of Home portando le innovazioni della rivoluzione digitale in questo ambito notoriamente più "tradizionale" e "statico", ma fondamentale per il nostro modo di fare comunicazione. Nel Digital Out of Home, grazie a schermi digitali, i messaggi pubblicitari e le immagini possono cambiare automaticamente in funzione di ora, meteo e temperatura, o addirittura interagire direttamente con lo spettatore. Le applicazioni di questo strumento sono veramente moltissime e per questo siamo certi che, soprattutto se in sinergia con le ultime tecnologie mobile, possano davvero rappresentare un punto di svolta nelle strategie di marketing di ogni tipo di prodotto o brand.



Quali sono i vostri obiettivi nel 2018?

La sfida per quest'anno è perfezionare le strategie di ingaggio dei digital consumer, categoria in rapida e costante espansione. Questa tipologia di consumatore, connesso 24h su 24, con capacità d'attenzione sempre più bassa e quindi difficile da intercettare, è diventata ormai il punto di partenza da cui strutturare ogni strategia di marketing. Per

questo motivo l'analisi dei dati sui comportamenti degli utenti e la corretta misurazione dei risultati sono le principali attività alle quali le aziende non possono sottrarsi se vogliono realizzare progetti efficaci e competitivi.

Il Marketing Manager è diventata nel tempo una figura aziendale sempre più complessa e diversificata. Attualmente gli strumenti e i canali a disposizione sono molteplici e forse la difficoltà, ma anche il successo di una strategia, sta nella loro selezione. Secondo voi, a cosa non deve, o non può, rinunciare oggi chi si occupa di marketing?

Siamo convinti che l'advertising, inteso in senso più tradizionale, continuerà a giocare un ruolo chiave nella comunicazione, sebbene sia oggi necessario integrarlo ed affiancarlo al digital marketing. Fa parte della nostra filosofia aziendale pensare non al singolo prodotto o servizio, ma ad una strategia integrata basata su un agire sinergico, capace di coniugare tutti gli strumenti di marketing a disposizione di un'azienda. Il nostro approccio è ben rappresentato dall'immagine del "Marketing Tree", un albero con una sua struttura di base (il sito web nel caso del marketing on line, la campagna pubblicitaria in generale per il marketing tradizionale) che non può prescindere, per crescere e svilupparsi al meglio, da radici forti e da tutta una serie di diramazioni che insieme collaborano per ottenere il massimo risultato delle campagne di comunicazione. Per questo proponiamo campagne integrate in grado di sfruttare il più possibile la cooperazione tra tutti i canali e gli strumenti di marketing.

A bruciapelo, pensando a Richmond Marketing forum, le prime tre parole che vi vengono in mente...

Innovazione, opportunità e sviluppo insieme.