

I pionieri del BrandKeting

di **Cristiana Golfarelli**

ABBIAMO INCONTRATO ALESSANDRO BOSCHET CO-FOUNDER DI OVUM STUDIO DI BRAND STRATEGY ED ELISA GIOVANNINI CO-FOUNDER DI EXVOID STUDIO DI DIGITAL STRATEGY. INSIEME DANNO VITA A PROGETTI DI COMUNICAZIONE STRUTTURATI CHE DEFINISCONO NUOVI STANDARD RIUSCENDO A CREARE SUCCESSI DURATURI PER LE PMI

Il mercato oggi è inondato di aziende che si contendono il primo posto. La risonanza di un marchio è strettamente legata al suo successo commerciale: gli strumenti integrati di marketing e branding permettono di costruire paradigmi di crescita adeguati e differenziarsi dalla concorrenza senza compromettere la coerenza del marchio. La professionalità di Ovum che si è sempre occupata di posizionamento di mercato sulle aziende e la sua competenza nel settore del branding si uniscono alle risorse e abilità maturate nel marketing da ExVoid che si è sempre occupata di marketing e web design: da questo connubio nasce un approccio per le aziende orientato al progresso come spiega Alessandro Boschet.

Com'è nata la vostra azienda?

ELISA GIOVANNINI: «L'azienda nasce dalla voglia di innovare. ExVoid e Ovum esistevano già in precedenza lavorando in autonomia: abbiamo unito le due realtà inseguendo il desiderio di affiancare le aziende offrendo strategie di marketing e processi di riposizionamento sul mercato attraverso un unico interlocutore per il cliente. Iniziativa che si è rivelata vincente nel nostro mercato poiché le piccole e medie imprese difficilmente hanno le risorse per sviluppare iniziative di marketing e branding parallelamente: nella maggior parte dei casi si devono incaricare due agenzie specializzate diverse con capacità di collaborazione limitata».

Quali servizi offrite ai vostri clienti?

ALESSANDRO BOSCHET: «Più che parlare dei servizi vorrei parlare dei benefici: le piccole e medie aziende stanno attraversando un periodo mai affrontato prima. Il tutto si traduce in necessità di at-



Il team di Ovum – ExVoid che ha sede a Trento
www.brandketing.it

trarre e mantenere il personale: spiccare sulla concorrenza, dover intavolare trattative con buyer esteri sempre più frequentemente, far percepire il valore aggiunto di quanto offrono rispetto al prezzo e comunicare i progetti ESG. Queste sono le nostre situazioni di partenza: dove attraverso la comunicazione esterna e interna facciamo la differenza con interventi concreti andando a risolvere problemi legati alla scarsità di competenze dell'organico interno, mancanza di tempo per implementare strategie a lungo termine e comprensione delle reali necessità aziendali. Da qui nascono i nostri progetti di comunicazione che vanno sensibilmente oltre la realizzazione del sito internet o la preparazione di una fiera».

Quali sono i vostri punti di forza?

E.G.: «Il nostro approccio è stato sviluppato con gli imprenditori per gli imprenditori: questo ci conferisce una visione d'insieme che va oltre l'aspetto comunicativo aziendale; il progetto di comunicazione è perfettamente integrato alle logiche di vendita, calibrato per inseguire gli obiettivi aziendali e del management e cosa fondamentale è concepito per essere sosten-

nibile in base alle risorse e capacità di implementazione di cui l'azienda gode in quel momento. Il risultato finale è la messa in opera di un progetto comunicativo in grado di potenziare i profitti attraverso il marketing e di elevare l'azienda rispetto ai competitor grazie al branding».

Come realizzate i vostri progetti?

E.G.: «I progetti di successo nascono dalla conoscenza e dalla capacità di far funzionare le cose. Sono entrambi aspetti che avviciniamo assieme al cliente: la conoscenza della situazione di mercato e interna all'azienda con la nostra capacità strategica/organizzativa veicolata attraverso le risorse dell'azienda stessa. È essenziale partire da un'analisi strategica interna ed esterna alla realtà imprenditoriale. Così valutando il panorama digitale attraverso i dati e comprendendo le dinamiche di settore possiamo delineare le basi per la comunicazione e pianificare una strategia che supporti sia le azioni di marketing che del marchio. Questo è il BrandKeting: la nostra matrice ed elemento vincente».

Perché è importante il BrandKeting?

A.B.: «Il BrandKeting è l'unione di branding e marketing ed è un approccio strategico in grado di potenziare il valore del marchio e rispondere agli obiettivi reali dell'azienda

che difficilmente sarebbero realizzati: vedendo questi due settori. Mi spiego meglio: com'è possibile costruire una casa senza le fondamenta pensando che terrà? Allo stesso modo, com'è possibile pensare di fare generare profitto da una campagna di marketing se quello che andiamo a dire è esattamente uguale a quello che dice la concorrenza? Per il cliente finale l'unico paragone sarà il prezzo e questo è fallimentare. Il BrandKeting è fondamentale per stabilire chi è l'azienda, la sua visione e come proporre il prodotto o servizio e comunicarlo sul mercato in maniera strutturata e vincente; ma soprattutto abbiamo reso il nostro approccio accessibile per chiunque voglia conoscerlo. Per questo motivo abbiamo strutturato il servizio di analisi BRK: un'analisi digitale del marchio e dei competitor seguita da un laboratorio di branding per avere uno spaccato chiaro della situazione di partenza e una panoramica delle aree di intervento consigliate. Dopo questa fase il cliente potrà decidere se procedere in autonomia, collaborare con noi per implementare la strategia o affidarci completamente il lavoro».

Come sono i vostri progetti per il futuro?

A.B.: «Ambiziosi e concreti: la nostra road map è partita due anni fa e fino ad ora abbiamo conseguito tutti i maggiori obiettivi dichiarati. Per il prossimo periodo possiamo dire che stiamo lavorando sulla nostra struttura interna per essere ancora più competitivi in termini di velocità e competenze sulla rete dei nostri partner per offrire supporto ai clienti per azioni congiunte che sconfinano dal perimetro comunicativo e infine stiamo lavorando ad un progetto pilota di cui per il momento è prematuro fare dichiarazioni, ma che saprà dare grandi soddisfazioni».



ANALISI BRK: UN SERVIZIO VELOCE, AGILE ED EFFICIENTE

Il primo step che si può intraprendere insieme a Ovum ed ExVoid è un'analisi del posizionamento della propria azienda sul panorama digitale per avere un quadro chiaro della situazione e delineare una linea di azione concreta basata sui dati.

L'analisi BRK funziona per lanciare campagne digitali mirate per aumentare le vendite degli e-commerce per generare un flusso costante di richieste di contatto e per aumentare la riconoscibilità del proprio marchio. Il risultato? Un documento contenente le basi comunicative dell'iniziativa / progetto, i numeri dello scenario digitale e dei competitor ed un piano di azione su base strategica.