



IL CLIENTE AL CENTRO

CONTINUA LA CRESCITA DI IM*MEDIA, SIA COME FATTURATO SIA COME NUMERO DI CLIENTI, CON I QUALI COSTRUISCE UNA RELAZIONE DURATURA E CONTINUATIVA CHE SI TRADUCE IN VALORE PER I BRAND. PERCHÉ PER CREARE IL MONDO DIGITALE DI UN'AZIENDA OCCORRONO STRATEGIE CHE INTEGRANO SERVIZI E CANALI DIVERSI.

DI **GIANNI MARTINELLI**

IM*MEDIA È UNA DIGITAL AGENCY CHE PROGETTA, COSTRUISCE E FA EVOLVERE SISTEMI DI COMUNICAZIONE DIGITALE CHE INTEGRANO WEB, WEB MARKETING, SOCIAL MEDIA MARKETING E APP. SUL MERCATO DA PIÙ DI VENT'ANNI, CON UN RICCO PORTAFOLIO CLIENTI SU TUTTO IL TERRITORIO NAZIONALE.

Per conoscere più da vicino questa realtà abbiamo intervistato uno dei fondatori e attuale Presidente, Pasquale Esposito Lavina.

QUALI RISULTATI HA OTTENUTO IM*MEDIA NEL 2017 E COME STANNO ANDANDO QUESTI PRIMI MESI DEL 2018?

Molto bene, direi. Sia il 2017 che l'inizio del 2018 confermano quella che ormai è una caratteristica di IM*MEDIA: graduale e costante aumento del fatturato e progressivo arricchimento del portafoglio clienti, in termini sia numerici sia di prestigio del brand.

QUALI SONO LE PROSPETTIVE PER IL FUTURO?

Vedo tre direttrici. La prima, in ottica di servizio al cliente, è l'ampliamento orizzontale della gamma dei servizi digital, anche attraverso partnership con altre realtà dal know-how riconosciuto su specifiche aree di competenza. Penso ad esempio a influencer marketing, marketing automation e digital PR. Poi l'ampliamento verticale dei nostri ambiti di intervento, attinenti per lo più alla strategia di comunicazione non esclusivamente digital, dalla brand identity fino all'advertising. Infine il consolidamento della nostra expertise in alcuni settori, tra i quali il mondo del design in tutte le sue sfaccettature, dai mobili di de-

sign made in Italy di Cassina, all'illuminazione di FontanaArte, alle cappe di Elica, fino all'home and building automation di Nice. E ancora il mondo del vino, così come quello dell'editoria con clienti come Geronimo Stilton, *Giornale di Sicilia*, *Gazzetta del Sud* e Sellerio.

QUALCHE PROGETTO CHE VI HA DATO PARTICOLARI SODDISFAZIONI?

Tra le sfide che ci hanno particolarmente appassionato ultimamente,



I SOCI IM*MEDIA: DALL'ALTO A SINISTRA, IN SENSO ORARIO: ANTONIO GIAMBANCO, PASQUALE ESPOSITO LAVINA, MARCO MINEO E GIORGIO SCAVUZZO. IN ALTO, IL TEAM DELL'AGENZIA.

in quanto hanno abbracciato trasversalmente tutte le competenze dell'agenzia, c'è senz'altro il progetto realizzato per il Gruppo Caronte & Tourist che, attraverso le sue società, offre itinerari multitratta capaci di combinare viaggi di media percorrenza Sicilia-Campania, corse per le isole minori e attraversamento dello Stretto di Messina. Il Gruppo Caronte & Tourist è il tipico esempio di realtà nata off line che ha capito l'importanza del digitale attraverso un lavoro, da parte nostra, di pensiero strategico e di tecnologia applicati al booking engine del sito web, alla gestione dei canali social e al digital advertising. Da poco, e questa è una novità, per Caronte & Tourist ci stiamo occupando anche di tutta la comunicazione creativa del Gruppo. Altrettanto articolato il progetto creato per Winrent, dal 2017 non più concessionaria del più importante brand di autonoleggio tedesco ma nuovo brand di autonoleggio in Italia. Per questa azienda siamo partiti dalla brand identity per poi sviluppare il sito web e il sistema di prenotazione online, curare il servizio clienti e il coinvolgimento della community sui social, promuovere il brand e l'offerta attraverso campagne di brand awareness e performance marketing. Tra i progetti più recenti ricordo invece la collaborazione con Scarpamondo, importante player nel settore moda, abbigliamento e valigerie che si afferma oggi come specialista della grande distribuzione organizzata. Qui l'obiettivo, oltre al restyling del sito web, è la creazione di una strategia digital che offra ai potenziali clienti l'anticipazione della propria esperienza di acquisto differenziando in maniera molto geolocalizzata i contenuti, declinati secondo un piano strategico drive to store.

E IN AMBITO MOBILE?

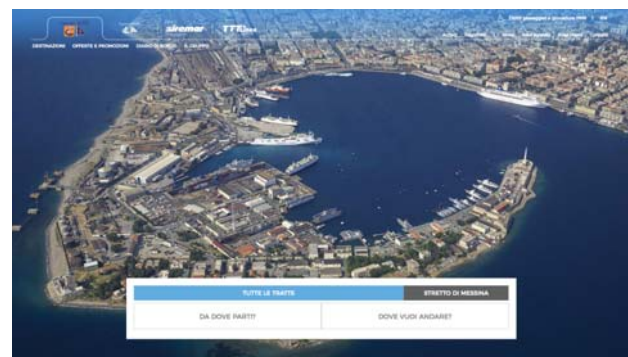
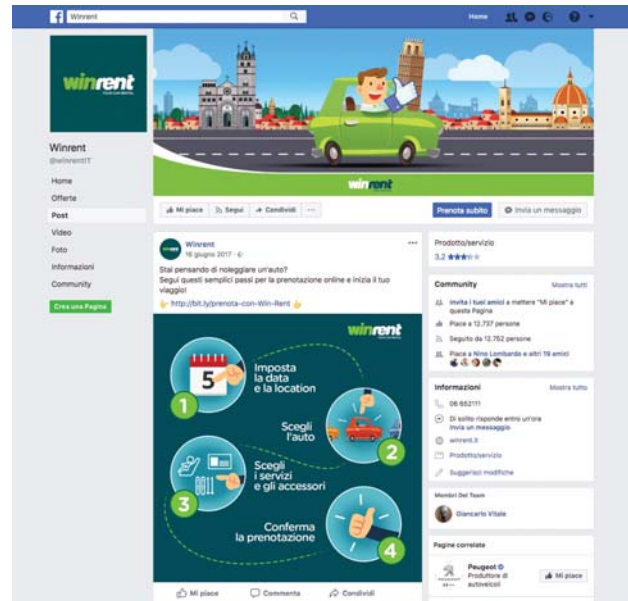
L'approccio mobile first è ormai un fatto acquisito. Il mobile è il device più usato per navigare ma anche per collegarsi ai social network o per fare ricerche sul web. È per questo che inquadrano tutti gli ambiti di nostra competenza – web, social media marketing e web marketing – in termini di esperienza da mobile. Poi, quando progettiamo le app, siamo orientati alla creazione di soluzioni easy e compatte, che agevolino l'utente. Penso ad esempio al 'booking tattile' per l'app di Caronte & Tourist, che permette di prenotare corse e tratte per mare semplicemente tracciando col dito una linea sullo schermo dello smartphone, unendo il luogo di partenza con quello di destinazione.

QUALI SONO LE CARATTERISTICHE VINCENTI DI IM*MEDIA, OVVERO I PRINCIPALI PUNTI DI FORZA CHE VI DISTINGUONO SUL MERCATO?

Periodicamente pensiamo sia utile farci la domanda 'perché noi?'. Tra le caratteristiche di IM*MEDIA che ci piacciono di più e che pensiamo possano essere un valore aggiunto c'è la capacità di costruire relazioni durature con i clienti. Abbiamo collaborazioni anche decennali e questo ci sembra un chiaro sintomo di come il continuo affiancamento al cliente e il nostro ruolo di guida nella scelta delle solu-



IL SITO DEL GIORNALE DI SICILIA VISUALIZZATO DA SMARTPHONE.



DALL'ALTO, LA PAGINA FACEBOOK DI WINRENT E LA PIATTAFORMA DI BOOKING DEL GRUPPO CARONTE & TOURIST.

zioni digitali più adatte per lui sia un aspetto chiave del nostro modo di lavorare. Questo ci dà anche la possibilità di ragionare in termini di sistema con i clienti, altro aspetto a cui teniamo molto. Creare il mondo digitale del cliente significa per noi mettere in campo tutte le leve strategiche e operative del digitale e lavorare in maniera integrata tra i diversi servizi o canali. Infine, così come curiamo la relazione con il nostro cliente, allo stesso modo ci preoccupiamo che l'esperienza degli utenti si traduca in una relazione di valore con il brand. Valore poi premiato da performance, risultati e crescita, il tutto a vantaggio dei nostri clienti.

NOVITÀ ALL'ORIZZONTE?

Un progetto che ci sta a cuore è My Digital Academy, un'iniziativa di alta formazione destinata ai web developer con la quale abbiamo inaugurato una logica di networking tra IM*MEDIA e altre realtà a noi vicine dal respiro nazionale e internazionale. Ci piace l'idea di fare squadra anche con altre aziende e questo progetto ci ha dato la possibilità di rimboccarci le maniche e di metterci dietro una cattedra per creare tutti insieme un'iniziativa di formazione dal forte impatto sociale, che possa essere d'esempio per altre realtà simili alla nostra.

PER CONCLUDERE, QUALI SONO LE SFIDE PIÙ IMPORTANTI CHE VI ATTENDERETE PER IL FUTURO?

La sfida per noi rimane quella di lavorare avendo come obiettivo il valore per i nostri clienti. Noi continueremo a crescere, ma sempre con lo stesso livello di cura per il cliente che ci contraddistingue ormai da più di vent'anni.

