

INAUGURATA LA NUOVA STAGIONE DI INCONTRI FRA IMPRENDITORI ORGANIZZATI DA RETE PMI ROMAGNA

# Comunicazione e marketing digitale: asset fondamentali per le imprese

*Marketing & Digital Strategies” è il tema della serata organizzata da Rete PMI Romagna, che con questo appuntamento ha inaugurato la seconda edizione degli incontri con apericena. Relatore della serata, Luca Targa, esperto di comunicazione e marketing digitale.*



Luca Bettini e Luca Targa

In apertura, il **Presidente Luca Bettini** - nel dare il benvenuto agli ospiti - ha ringraziato per la partecipazione numerosa e gli attestati di apprezzamento ricevuti per la prima edizione del ciclo di incontri con apericena, sottolineando come questo stimoli ancor più l'Associazione a mantenere alto il livello qualitativo dei temi trattati e dei relatori. Come quello della serata - ha proseguito Bettini - dedicato a **“Marketing & Digital Strategies”**, tema di indiscutibile importanza, affrontato insieme ad un noto professionista del settore, **Luca Targa**, CEO di Inside, agenzia di comunicazione, web marketing e digital strategies con sedi a Ferrara e Milano, un imprenditore “prestato” alla comunicazione, come lui stesso ama definirsi e per questo profondo conoscitore delle imprese. Con lui, si

è parlato di tematiche molto attuali e “calde”: **marketing**, di come vendere e saper vendere, dei contatti che sono il vero patrimonio di un'azienda, di come non sia però sufficiente acquisirli, poiché occorre mantenerli e quindi di cosa fare per fidelizzare i clienti. Luca Targa ha poi introdotto un'interessata e partecipe platea di imprenditori al mondo dell'e-commerce e delle **digital strategies**, per capire come catturare i visitatori e sedurre i clienti, usando parole giuste e contenuti chiari ed esaurienti. Il tutto affrontato in due **speech**: nel primo, sottolineando l'**importanza dell'e-commerce**, di come sia fondamentale sedurre l'acquirente attraverso i testi del proprio sito, assicurandolo e guidandolo passo dopo passo nella scelta del prodotto più vicino alle proprie esigenze; nel secondo, parlando i **“Lovemarks”**,

ovvero quelle marche che riescono a instaurare con i propri consumatori un rapporto quasi **“amoroso”**, arrivando ad identificarsi nella loro mente con quella specifica categoria di prodotto. Agli **speech** è seguito un interessante confronto con gli associati di **“Rete PMI Romagna”**, durante il quale si è parlato di quanto il mercato italiano dell'e-commerce sia in evoluzione, anche se si tratta di un processo decisamente più lento rispetto ad altre realtà europee e mondiali. **“Il lato positivo - ha sottolineato Targa - è che troviamo sempre più aziende interessate a questo strumento dalle grandi potenzialità di business, ma fare e-commerce, se si vuole veramente vendere attraverso la rete, non è cosa da improvvisare”**. Il punto di partenza di Luca Targa, rispetto alle tematiche legate all'e-commerce, webmarketing, digital strategies, indipendentemente dallo strumento utilizzato, è la constatazione che, al

giorno d'oggi, non si possa più parlare di clienti **“b2b”** o **“b2c”**, ma di **“p2p”**, **“person to person”**, in una comunicazione **“human to human”**, dove l'interlocutore e i prospect sono persone, con il proprio vissuto, gusti, stili di vita e desiderata. In questo contesto, la **comunicazione integrata d'impresa** ha aumentato esponenzialmente il proprio valore e la propria efficacia, ma per essere tale, tutti gli strumenti adottati devono essere ben integrati tra di loro: quella che Targa è solito definire **“comunicazione consapevole”**. Ed è proprio questo il titolo dell'ultimo suo libro **“Comunico consapevolmente”**, presente da pochi giorni nelle librerie e on line, frutto di esperienze vissute nelle aziende. Il libro è stato omaggiato da Inside agli associati di **“Rete PMI Romagna”**, che si sono intrattenuti fino a tarda sera per scambiare idee e opinioni, con sincero interesse e profonda partecipazione.



## Rapporto banca-impresa. L'importanza di comunicare meglio per crescere di più.



da sin.: Luca Bettini, Vincenzo Maria De Rosa, Ivano Scarpellini, Stefano Ruffilli, Pierluigi Lami, in occasione della conferenza stampa per la presentazione dell'Indagine Banca-Impresa

“Spiegare con semplicità cosa fa l'Impresa, in quale contesto di mercato agisce, quali obiettivi di medio-lungo periodo si pone, quali sono i propri elementi distintivi e di successo, nel contempo dettagliando dati numerici e analitici dei risultati attesi”. Questa la sintesi di **Vincenzo Maria De Rosa**, Responsabile del Gruppo di lavoro **Credito e Finanza** costituito congiuntamente fra Rete PMI Romagna e Confartigianato Federimpresa Cesena per approfondire le tematiche legate a quest'area di importanza strategica per le imprese e per affrontare in un'ottica di filiera territoriale le problematiche del credito e della finanza. “Sono stati appena presentati alla stampa i dati relativi

all'Indagine Banca-Impresa realizzata nei mesi scorsi e sono già stati ampiamente divulgati, per cui intendo solo evidenziare - stando al tema - come **una corretta comunicazione sia fondamentale anche nel rapporto banca-impresa**. “Diverse aziende - ha sottolineato De Rosa - ancora non hanno introitato la centralità che tale rapporto riveste, il fatto che obiettivi chiari, trasparenza e reputazione hanno una rilevanza primaria, soprattutto nella prospettiva di consolidare una relazione duratura nel tempo. Per creare un rapporto di fiducia è fondamentale predisporre ad una forma di comunicazione che non lasci spazio a dubbi sui comuni obiettivi e sulle buone intenzioni di entrambe le parti”.

## Investimenti digitali e comunicazione consapevole

*Questo il binomio che lega sempre più imprese e territorio, in un mix di tecnologia e branding, che rappresenta la frontiera 4.0 dello sviluppo.*

Sul territorio sta crescendo l'esigenza - e con essa l'utilizzo - di strumenti digitali di comunicazione e marketing, cui è strettamente correlato lo sviluppo delle imprese. “Ben sappiamo - afferma il Presidente Bettini - che la rivoluzione digitale in atto, le così dette infrastrutture immateriali e la capacità dei territori di dotarsene in tempi rapidi, andando a colmare il **gap** esistente con gli altri paesi industriali, è fondamentale oggi ed è uno dei principali **asset** di cui il territorio deve dotarsi per garantire la permanenza, l'insediamento e soprattutto la crescita delle imprese. Ovvio che anche le imprese devono fare la loro parte, fare investimenti adeguati e far crescere la propria cultura digitale e di comunicazione”.

“Oggi sempre più si parla di comunicazione integrata d'impresa che ha aumentato esponenzialmente il proprio valore e la propria efficacia - ha sottolineato Luca Targa nel suo intervento -, ma per



Luca Bettini, Presidente Rete PMI Romagna

essere tale, tutti gli strumenti adottati devono essere ben integrati tra di loro: quella che è solito definire **“comunicazione consapevole”**, poiché la comunicazione non porta risultati se si attuano solo azioni sporadiche **“a spot”**, ma solamente se il tutto viene

integrato all'interno di un progetto aziendale mirato, con la consapevolezza di ciò che si fa”.

**“Modello replicabile per quanto riguarda il territorio** - afferma Bettini - un sistema altrettanto complesso, in cui ciascun elemento influenza l'altro, esattamente come in un'azienda. Così, se il territorio rende disponibili strumenti adeguati alle imprese, esse ne beneficiano, ma hanno il dovere di farlo con attenzione, nel rispetto delle regole e guardando al futuro, con un ampio orizzonte temporale. Questi elementi rappresentano il punto di partenza per la definizione di **strategie di branding comuni fra imprese e territorio**, che devono essere canalizzate efficacemente nei nuovi media, strumenti oggi imprescindibili per la comunicazione, la conoscenza, la visibilità e che rappresentano **la frontiera 4.0 dello sviluppo economico locale”**.