

PERFORMEDIA

LA PURE DIGITAL AGENCY PER LA DIGITAL TRANSFORMATION

Esperienza, passione e flessibilità sono gli elementi che rendono l'agenzia del Gruppo DigiTouch il partner ideale per gestire l'evoluzione dei canali di vendita e comunicazione

L'online? Un canale oggi imprescindibile nei piani di marketing di un prodotto o servizio, e le aziende se ne stanno sempre di più rendendo conto. L'antica dicotomia on-offline sta cadendo nella comunicazione come nelle vendite. Il processo, certo, è complesso e non accade ovunque con la stessa velocità ma di certo l'approccio dei brand verso l'e-commerce sta cambiando come conferma Annarita Olivieri, Managing Director di Performedia, la società del Gruppo DigiTouch specializzata in online marketing, performance-oriented. «In generale, i retail non vedono più l'e-commerce come un canale che fa concorrenza al negozio fisico e riescono a riconoscergli un grande merito: quello di saper offrire all'utente un'esperienza unica e personalizzata». Le opportunità, continua Olivieri, che abbiamo intervistato alla vigilia del Netcomm Forum 2017, vengono colte sulla base del livello di maturazione delle singole realtà. «Noi stessi ce ne accorgiamo perché lavoriamo con brand estremamente evoluti e dinamici e che ragionano a 360°, ma collaboriamo anche con realtà - spesso proprio le più grandi e note - che invece faticano a gestire questa evoluzione».

La chiave per questo processo può essere anche avere partner validi: quali elementi rendono Performedia un interlocutore ideale per chi

performMEDIA
planning with digital DNA

vuole utilizzare in modo strategico il canale di vendita online?

Per noi è molto importante stabilire da subito un rapporto di partnership con i nostri clienti perché lo scambio di informazioni tra i nostri specialisti e il team del cliente dedicato a marketing e vendite permette di trovare un'efficace chiave di lettura a diversi insight che, presi singolarmente non offrirebbero evidenze rilevanti, mentre letti sinergicamente mostrano informazioni di reale valore per il brand. Ci distingue un approccio consulenziale che spazia dal media planning & buying puro a partnership strategiche, fino alla creazione di tavoli di lavoro congiunti con partner di rilievo che possano aiutare il brand a sviluppare il proprio business con logiche di win-win.

Come state sviluppando la vostra offerta in funzione di un e-commerce sempre più multi-canale?

Siamo nati come pure digital agency e quindi siamo abituati a ideare e curare progetti di marketing multi-canale che integrino e valorizzino le varie piattaforme - web, mobile e non solo - in funzione dei KPI dei nostri clienti. Parlare oggi con alcuni brand che collaborano con noi da diverso tem-

L'APPROCCIO

Performedia, agenzia guidata dalla Managing Director, Annarita Olivieri (in foto), è per vocazione abituata a ideare e realizzare progetti di marketing multi-canale per i propri clienti



po, rinnovando la loro fiducia in noi, ci dà grande soddisfazione perché capiamo di essere stati parte attiva e pro-attiva della loro crescita. È importante che le aziende comprendano l'importanza di ogni attività e quale sia il valore che debba derivare. Sempre più spesso riceviamo richieste di supporto per e-commerce nati perché hanno dei prodotti in magazzino ma non hanno un'idea strategica. Il nostro compito, in questo caso, è aiutarli a capire l'importanza di comunicare con i consumatori in modo coerente con il mezzo utilizzato.

Infine: come sta andando il 2017 per Performedia?

L'acquisizione di nuovi clienti, oltre a quelli con cui collaboriamo già, rendono sempre più stimolante e sfidante il nostro lavoro. Possiamo contare su un team coeso, preparato e che mette una grande passione in tutti i progetti che cura. Credo che questo venga percepito anche dal mercato, il quale ci sta dando fiducia e portando soddisfazioni tangibili.