

OMNISCANALITÀ E MARKETING DATA-DRIVEN, LE SFIDE DEL FUTURO

ALESSANDRA TARENZI, NUOVA HEAD OF DIGITOUCH AGENCY, PARLA DEL SUO NUOVO RUOLO E DEI NUOVI PROGETTI DELL'AGENZIA DOPO DIVERSE ACQUISIZIONI REGISTRATE NELLA PRIMA PARTE DELL'ANNO

DI CATERINA VARPI

Sguardo al mercato Emea, nuovi reparti, nuovi clienti e una nuova manager a capo dell'agenzia. DigiTouch Agency affronta le sfide del settore digital con diverse novità in cantiere, tra cui un progetto dal respiro internazionale e la creazione di una nuova unit di analyst. A guidare l'agenzia alla realizzazione di questi progetti c'è la nuova Head of DigiTouch Agency, Alessandra Tarenzi, che abbiamo intervistato.

Alessandra, quali sono le sfide che ti aspettano nel tuo nuovo ruolo in DigiTouch Agency?

Sono entrata in DigiTouch a pochi mesi dalla sua fondazione. Nel corso degli anni ho lavorato in diversi team e questo mi ha consentito di creare un solido bagaglio di competenze e di rinforzare la mia expertise in diversi ambiti. La sfida che ora mi aspetta risiede nei numeri e nel mantenimento della credibilità che ci siamo ritagliati sul mercato. Dobbiamo continuare a portare valore ai nostri già clienti e diventare il punto di riferimento di nuovi brand che ricercano un

partner e non un mero fornitore che possa accompagnarli nella definizione e realizzazione della propria strategia di digital media.

Quali sono i trend che guideranno il mercato digital nel prossimo futuro?

Si parla spesso di digital transformation perché internet riveste un ruolo sempre più importante nella strategia di comunicazione, marketing e vendite dei brand. In questo contesto l'omniscanaltà permette di creare e valorizzare le sinergie tra i canali on e off line e rappresenta uno dei trend che si consoliderà nel prossimo futuro. Un altro trend è quello del marketing data-driven: le soluzioni tecnologiche per l'analisi e la pianificazione media rappresenteranno sempre più l'asset principale per comprendere le performance.

Come aiutate i vostri clienti ad affrontare la sfida digitale?

La collaborazione con i nostri clienti parte da un'attenta analisi del brand a livello di mercato in cui opera, prodotto/servizio offerto, target e status quo della strategia di comunicazione e marketing in essere. A valle

LA MANAGER

Nella foto sopra, Alessandra Tarenzi, in DigiTouch dalla sua fondazione e di recente promossa nel ruolo di Head of DigiTouch Agency

di questa analisi, costruiamo un progetto ad hoc per il cliente.

Ci sono novità in cantiere?

Stiamo lavorando a un progetto di respiro internazionale, volto a stringere partnership locali sul mercato Emea con realtà che offrano la nostra rosa di servizi in altri Paesi. Questo ci permetterà di rispondere all'esigenza espressa da alcuni nostri clienti di avere visibilità anche al di fuori del territorio italiano e di garantire loro un presidio efficace, grazie alla conoscenza approfondita del mercato da parte dei nostri partner. Inoltre stiamo creando un reparto con nuove figure di analyst per consolidare alcune competenze interne e offrire ai nostri clienti servizi di consulenza strategica ad alto valore aggiunto.

Avete acquisito da poco E.ON per la comunicazione digital.

Quali altri clienti vi hanno scelto?

Sì, quest'anno abbiamo acquisito CareDENT, brand del settore delle cliniche dentali, e un nuovo cliente in ambito B2B. Resta forte il nostro portfolio clienti in ambito retail ed e-commerce. Tra gli e-commerce il più recente è ProfumeriaWeb.

DIGITOUCH
AGENCY

