

KNOW HOW E LAVORO IN TEAM PER PUNTARE ALL'ECCELLENZA

La pure digital agency punta al massimo del risultato per i propri clienti, guardando con fiducia al prossimo futuro. A parlarne è la Managing Director, Annarita Olivieri

Con un approccio votato alla comunicazione integrata, Performedia affronta un mercato sempre più evoluto, maturo e orientato al superamento del divario on-offline. Guidata da febbraio 2016 da Annarita Olivieri, la "pure digital agency" si propone ai clienti come partner orientato al raggiungimento dei risultati. Un modus operandi che ha garantito all'agenzia, parte di Gruppo DigiTouch, non solo conferme da parte dei clienti già acquisiti, ma anche incarichi da parte di nuovi clienti. A spiegarlo è la stessa Managing Director dell'agenzia, interrogata su traguardi raggiunti e obiettivi per il prossimo futuro, partendo da un'analisi del mercato.

Se dovessi descrivere il 2017 del mercato adv, quali parole sceglieresti per definirlo?

Ne sceglierei una in particolare: consapevolezza. Il mercato pubblicitario sta maturando e oggi comprende sempre più le dinamiche su cui si muove, specie nel digitale. L'esempio più calzante è come si siano evolute velocemente le logiche di pianificazione basate sull'uso dei dati e che hanno reso possibile gli investimenti in programmatic e addressable media.

In questo scenario come

performEDIA
planning with digital DNA

si sta muovendo Performedia?

Abbiamo un approccio di comunicazione integrata. Questo significa, per esempio, analizzare singoli aspetti quali il device, l'obiettivo, il ruolo della creatività e poi combinare le evidenze rilevate in un cubo perfetto, un cubo di Rubik, creando e valorizzando le sinergie tra i vari elementi. Per fare questo, contiamo sulla nostra propensione all'innovazione e sulle diverse collaborazioni strategiche che abbiamo stretto con key player del mercato.

Tra new business e conferme, quanti clienti conta l'agenzia?

Gestiamo una trentina di clienti e quest'anno abbiamo registrato una forte crescita di importanti brand, che, dopo un primo progetto pilota, ci hanno con-

fermato la loro fiducia e hanno esteso il perimetro della collaborazione. Questo ci ha permesso di posizionarci come hub per questi brand che ci hanno affidato l'intera strategia di comunicazione. Per offrire loro il meglio di ogni attività di marketing digitale spesso coinvolgiamo anche altre agenzie del Gruppo DigiTouch di cui facciamo parte, che hanno specializzazioni complementari alle nostre (per esempio seo, digital pr e social media management).

Sono quasi due anni che sei a capo dell'agenzia. Qual è il tuo bilancio sul lavoro svolto?

Posso tracciare un bilancio molto positivo e ne sono davvero contenta perché è un risultato raggiunto grazie al bellissimo lavoro di squadra. Abbiamo raccolto grandi soddisfazioni sia dai clienti - che apprezzano l'approccio di partnership che instauriamo con loro -, sia dal team di lavoro che è fortemente collaborativo e propositivo e che sente e vive come propri i progetti, riuscendo così a portare grande valore al cliente.

Con quali obiettivi affronterete il prossimo anno?

Continuare a crescere come agenzia. Abbiamo le competenze per realizzare progetti a 360° e omnicanale, progetti quindi in grado di aiutare i brand a valorizzare tutti i touch point della customer journey e a raggiungere e superare gli obiettivi attesi, siano essi di brand awareness, performance o altro.



AL VERTICE

Annarita Olivieri (in foto) è da febbraio 2016 a capo di Performedia, agenzia parte del Gruppo DigiTouch, in qualità di Managing Director