

I NOSTRI PROGETTI sono *utili* per:

Realizzare Campagne di sensibilizzazione

Ci chiedono spesso di circoscrivere un concetto e di divulgarlo attraverso le Regioni. Nascono così ***le migliori campagne d'informazione***, che sensibilizzano su tematiche relative a salute, ambiente, alimentazione, tecnologie, terzo settore, legandole ai territori italiani. Sono approfondimenti, appelli, appuntamenti aperti al pubblico, servizi gratuiti, ma anche tante tante notizie!

Dare visibilità a prodotti

Ci chiedono spesso di dare visibilità a un prodotto e di conseguenza anche all'azienda. Prima ancora di iniziare, ***facciamo un piano marketing***. Dettagliatissimo. Incrociamo cioè le caratteristiche del cliente, i suoi obiettivi e le sue esigenze con le nostre attività di supporto, al fine di offrire una proposta di valore che ne aumenti realmente la conoscenza.

Il nostro primo passo? ***Posizioniamo l'azienda in un ecosistema autorevole*** in modo che anche il suo prodotto diventi un punto di riferimento per la funzione per cui è stato messo a punto. Intessiamo pertanto intese con entità autorevoli, come Università, Società di settore e Associazioni, al fine di costruire un argomento che faccia da cornice al prodotto.

E il secondo? ***Ci diamo un obiettivo raggiungibile e quantificabile***. Un'infografica illustrata, in formato digitale e cartaceo, con 10 consigli

per usare bene il prodotto può diventare il fulcro di un'iniziativa, per esempio. Un piano editoriale la posizionerà su siti e social networks, promuovendola e facendola diventare una notizia su cui sviluppare interviste da divulgare.

Ce n'è anche un terzo? Ebbene sí! ***Pensiamo a chi viene prima e dopo il tuo prodotto.*** Per rafforzare la comunicazione e ampliare la divulgazione.

Arrivare subito al pubblico con autorevolezza

Ci chiedono spesso di arrivare subito al pubblico. Evitando alcuni passaggi tradizionali, come i convegni, gli incontri, le tavole rotonde. Andare direttamente al dunque è possibile, puntando sulla divulgazione sin dall'inizio.

Come? Con comunicati declinati per i diversi media e con interviste audio-video e immagini pertinenti, utili per avviare la nostra divulgazione multimediale integrata, che porterà i nuovi messaggi in modo capillare sul territorio. ***Una comunicazione disegnata a tavolino*** dà risultati significativi e ***fa risparmiare***.

Dialogare con i giovani

Ci chiedono spesso di coinvolgere i giovani per promuovere corsi, masters, iniziative fatte su misura per loro. Molte Università, pubbliche o private, nonché scuole e associazioni, hanno questa necessità. Per soddisfarla, ci avvaliamo di ***una comunicazione al passo con i tempi***, in grado di superare l'approccio tradizionale della sola carta stampata e di usare linguaggi e media nelle corse degli under 18.

Blog, video pillole con esperti o docenti, dirette social, app e streaming, reels e podcasts, ci permettono di far sentire la nostra vicinanza agli studenti, di dare loro la parola e di favorire le interazioni. Una lezione che abbiamo imparato da questa sfida? Eccola.

Ai giovani bisogna andare incontro. Sempre!

Dare vita a LinkedIn aziendale

Ci chiedono spesso di sviluppare e seguire nel tempo LinkedIn per aumentare la visibilità di strategie corporate. Ci siamo confrontati ormai parecchie volte con questa richiesta.

Con una serie di passaggi, che partono dall'apertura della pagina LinkedIn, individuiamo gli obiettivi da raggiungere e avviamo la prima conversazione con il futuro pubblico. Passando per un piano editoriale, per l'impostazione delle creatività, per le promozioni personalizzate e per il monitoraggio delle interazioni.

Il segreto è seguire le linee guida di casa madre, persino nella scelta dei colori!