



SCAVOLINI

FABIANA SCAVOLINI,
AMMINISTRATORE DELEGATO

NELL'ULTIMO ANNO È AUMENTATA LA FIDUCIA DEI CONSUMATORI. QUALI SONO LE STRATEGIE SU CUI PUNTATE PER INCENTIVARE I CONSUMI?

Da sempre, crediamo che l'esperienza d'acquisto e la soddisfazione dei clienti siano la vera chiave del successo di un'azienda. Per questo da qualche anno puntiamo sui canali retail ed e-commerce per far vivere ai consumatori una shopping experience unica e distintiva sia on che offline. Ulteriore leva strategica su cui continueremo ad investire, è la nostra ricca offerta, costituita da un'ampia gamma di servizi e soluzioni personalizzabili dedicate a cucina, bagno e living, che rappresenta un plus per i clienti e un asset che ci differenzia sul mercato. Il collante di tutte queste attività è naturalmente la comunicazione: abbiamo sempre cercato di lavorare a un media mix integrato e anch'esso "omnichannel", che integri al meglio on e offline e fruizione multiscreen. Le nostre campagne Tv, ad esempio, hanno sempre una ricaduta nel digitale per una massima diffusione dello spot sul nostro target di riferimento.

PER RISPONDERE AL MEGLIO ALLE RICHIESTE DI AZIENDE/CLIENTI, COME DEVE OPERARE OGGI UN'AGENZIA DI COMUNICAZIONE?

Negli ultimi anni abbiamo assistito al profondo cambiamento del mondo della comunicazione e all'esponentiale aumento delle specializzazioni delle agenzie. In generale, a prescindere dalla specificità delle singole realtà, ricerchiamo nelle agenzie dei partner affidabili, competenti e digital oriented, in grado di individuare canali e target

SOTTO, LA NUOVA CAMPAGNA MIA BY CARLO CRACCO, REALIZZATA IN COLLABORAZIONE CON L'AGENZIA KOMMA.



rilevanti e coerenti con la strategia di business e di sviluppare idee e contenuti creativi che creino valore per il brand; dei partner al passo coi tempi, con i trend più attuali, in grado di anticipare quelli emergenti per cogliere tutte le opportunità offerte dal mercato, coinvolgendo sempre il pubblico ed incrementando l'engagement.

INTERNET E TECNOLOGIA HANNO RADICALMENTE CAMBIATO IL MONDO DELLA COMUNICAZIONE. IN CHE MISURA TUTTO CIÒ HA INFLUITO PER L'AZIENDA?

L'avvento dell'era digitale ha rivoluzionato non solo il modo di comunicare, ma più in generale il modo di fare impresa: tutte le realtà e funzioni aziendali sono state toccate da questo mutamento e portate ad una naturale evoluzione per stare al passo con i consumatori, sempre più connessi e informati. Le nuove tecnologie hanno consentito alle imprese di sviluppare processi di targeting avanzati e di migliorare notevolmente l'analisi dei dati, garantendo una profilazione sempre più affidabile e dettagliata. In Scavolini abbiamo interpretato l'era digitale sin da subito come un'importante opportunità di crescita, un'occasione per avvicinarci ancora di più ai consumatori e far sì che il brand e i suoi valori siano percepiti correttamente.

CI PUÒ PARLARE DELL'ULTIMA CAMPAGNA DELLA SUA SOCIETÀ E DELL'AGENZIA CON CUI L'HA REALIZZATA?

La campagna televisiva dedicata alla nuova cucina Mia by Carlo Cracco, realizzata in collaborazione con l'agenzia Komma, è andata on air sulle principali emittenti per un totale di circa 6.000 passaggi e ha coinvolto in maniera importante anche i social network con un piano editoriale dedicato. L'obiettivo era valorizzare la nuova cucina Mia: soluzione top di gamma e declinazione domestica della cucina professionale. Un risultato raggiunto grazie al lavoro coordinato con la nostra agenzia, ormai partner di lunga data.

QUALI NOVITÀ E INIZIATIVE SONO PREVISTE PER IL 2019?

Per consolidare la presenza sul mercato e la relazione con i clienti, abbiamo previsto per il 2019 tanti appuntamenti e novità. Una fra tutte è la possibilità per i clienti di partecipare al concorso per vincere un'esclusiva cena stellata nel ristorante di Cracco. A partire dal mese di Aprile abbiamo lanciato un'attività promozionale con Samsung, che avrà come protagonista il forno Dual Cook Flex. A queste, si affiancano numerose altre iniziative rivolte non solo ai consumatori, ma anche ai nostri partner ed i progetti di collaborazione con i nostri stakeholder volti a favorire sviluppo e progresso e a valorizzare cultura e socialità, trasmettendo i valori che da sempre ci contraddistinguono.

MK