

# integrata

## CONTENUTI PER LA COMUNICAZIONE

### Il nostro mestiere, in sintesi: siamo specialisti

Non ci occupiamo genericamente di comunicazione, il nostro mestiere sono i contenuti:

- *idee e concetti*
- *immagini*
- *numeri e parole*

Siamo particolarmente specializzati nel settore industriale privato e nella comunicazione B-to-B, ce ne occupiamo 25 anni, con un'esperienza molto ampia e diversificata.

Ci consideriamo i minatori della comunicazione perché cerchiamo i contenuti dentro l'azienda, li selezioniamo, organizziamo e rielaboriamo, li inseriamo in un contesto culturale, tecnico, economico, o di attualità... in base alla strategia concordata e a seconda delle opportunità ed esigenze aziendali.

Utilizziamo questo mix su diversi media: tradizionali cartacei o digitali, multimediali e misti che possiamo realizzare direttamente o mettiamo il mix a disposizione di altri partner dell'azienda, per l'impiego su diversi media, stimolando il riciclo e riuso dei contenuti: meno costi, più efficacia, più comunicazione.

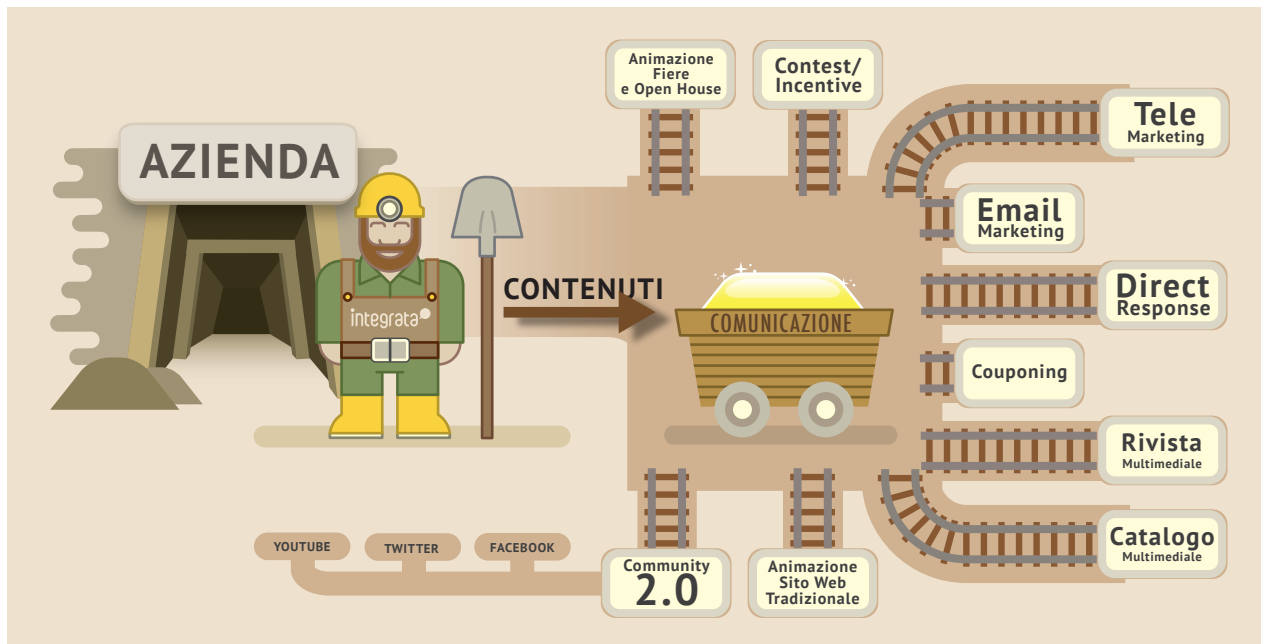
Collaboriamo e facciamo squadra con studi grafici e agenzie di comunicazione che cercano 'minatori' capaci di sfruttare con efficienza il giacimento di contenuti aziendali dei loro clienti

### Il nostro mestiere, in dettaglio:

#### Gestione strategica dei contenuti per la comunicazione aziendale

Focus delle competenze di Integrata: ricerca, selezione e gestione dei contenuti della comunicazione aziendale, su diverse piattaforme, con progetti realizzati su misura, in base al budget e alle esigenze dei pubblici aziendali.

Integrata realizza contenitori per la comunicazione aziendale, attingendo a un vastissimo repertorio di contenuti e a un'ampia rete di collaborazioni. Il mix di contenuti redazionali e integrativi riguarda ambiti diversi: gusto, moda, stile & home, food, musica, ambiente, società, sport, ecc. ed è sempre selezionato in base ai contenuti e agli obiettivi della comunicazione aziendale e non rappresenta solo una bella cornice che mimetizza la mancanza di contenuti aziendali. Al contrario la scelta dei materiali, il taglio degli interventi è finalizzato a integrare, sviluppare e mettere in evidenza i contenuti chiave dell'azienda. Il risultato è sempre un forte valore aggiunto per l'azienda e i suoi pubblici di riferimento.



L'obiettivo dell'intervento di Integrata è costruire una relazione estesa e fortemente caratterizzata con gli interlocutori delle aziende. Le parole d'ordine con cui opera sono: 'flessibilità' e 'personalizzazione'.

Flessibilità, perché ogni formula è sempre adattata alle esigenze di comunicazione e agli obiettivi del cliente: la frequenza e la modalità di contatto, la scelta del canale, dei contenuti e dei formati, la scelta del linguaggio e della veste grafica. Tutto è realizzato su misura, sempre in modo individuale e specifico.

Personalizzazione, perché il mix di contenuti aziendali e redazionali integrativi varia a seconda delle esigenze specifiche di ciascuna azienda, per focalizzare o allargare l'ambito di diffusione della comunicazione. Il linguaggio, il rapporto tra testo e immagini e anche la presentazione grafica possono essere accuratamente sintonizzati con gli obiettivi aziendali e con il target.

Il canale del veicolo/contenitore del mix di contenuti aziendali e redazionali può essere quello del medium stampato e/o una serie di articolazioni multimedia, fruibili in rete, oppure su smartphone o tablet. Altri canali sono attivabili in occasione di eventi: fiere, convegni, iniziative promozionali, ecc. dove i contenuti aziendali e redazionali vengono

adattati alle esigenze e alle opportunità aperte dalle differenti modalità di partecipazione.

Sono possibili formule di diffusione differenziate e miste: lo stampato può essere distribuito nei punti vendita, e/o attraverso i canali di vendita, e/o con la diffusione postale ai clienti fidelizzati, mentre una versione digitale consente la diffusione ai dispositivi mobili (smartphone, tablet), o web. La diffusione immateriale permette anche di inviare avvisi flash per anticipare nuovi contenuti, per il lancio di una nuova campagna, di un nuovo prodotto, ecc.

Il tutto in stretto coordinamento con la strategia di comunicazione aziendale e con l'agenzia di pubblicità e i fornitori aziendali già attivi.