

Il marketing digitale sta diventando uno strumento sempre più utilizzato – non più soltanto in chiave tattica, ma con un respiro e obiettivi strategici – da un crescente numero di aziende. È significativo, in questo senso, che la versatilità, l'efficacia, la misurabilità che lo caratterizzano stia facendo breccia trasversalmente nei più diversificati mercati: dal mondo dei servizi al largo consumo, dall'automotive alla moda, all'elettronica, per fare solo qualche esempio.

La sfida delle società che presidiano il marketing on-line, è quella di fornire ai clienti risposte efficienti alle loro esigenze di "dialogo" con i target di volta in volta individuati.

Tra quelle impegnate negli ultimi dieci anni ad affinare gli strumenti e le tecnologie proprie di questa attività, va annoverata Diennea.

Fondata a Faenza nel 1996, Diennea è specializzata nei servizi e nelle tecnologie per la comunicazione e il marketing digitale. "La nostra mission – afferma il suo fondatore, Maurizio Fionda – è integrare le nuove tecnologie per il marketing ai processi aziendali, con l'obiettivo di migliorarne l'efficienza e la produttività". Forte dell'esperienza maturata al servizio di aziende al vertice dei propri mercati, di un know-how in continua evoluzione e di una rete di prestigiose partnership, Diennea è in grado di affiancare il cliente nella definizione degli obiettivi, nell'individuazione della strategia, nel coordinamento dei processi coinvolti a sostegno delle attività

DIENNEA

Gli strumenti, l'esperienza, la professionalità e il servizio per un approccio moderno al marketing digitale

Il modello concentrico



Una realtà in evoluzione

Diennea, in costante evoluzione al pari del mercato in cui opera, ha la sua sede principale a Faenza e uffici a Milano e Roma, conta una trentina di collaboratori e lo scorso anno ha fatturato 1,8 milioni di euro. Coerentemente con il suo posizionamento nella "fascia alta" del proprio mercato, la società si rivolge ad aziende a loro volta market leader. Da qui un portafoglio di notevole prestigio, che annovera clienti quali Atm (Azienda trasporti milanesi), Autostrade per l'Italia, Bmw, Canon Italia, Dolce&Gabbana, Ducati Motor Holding, Fastweb, Maserati, Nielsen, Philips, Vodafone. Diennea è associata all'Interactive advertising bureau, l'Associazione internazionale che rappresenta le aziende specializzate nell'advertising su Internet; è partner di Business international, società italiana di informazione, formazione, e consulenza per le imprese. Inoltre, Diennea è membro dell'Email Experience Council e della Web Analytics Association, la più importante organizzazione al mondo di web analitica. Collabora anche con la Facoltà di Ingegneria dell'Università di Bologna – Department of Management.

operative, fino alla verifica dei risultati.

Il modello "concentrico"

In un ambito così multiforme e in costante evoluzione come l'e-marketing, è interessante analizzare il modello organizzativo di Diennea, il suo approccio al mercato e quindi i prodotti/servizi offerti e la struttura alla cui gestione sono affidati. Quello adottato dalla società è un tipico modello "concentrico": analizziamone i meccanismi.

1° anello. Core business e cuore tecnologico di Diennea è MagNews™, piattaforma tecnologica lanciata nel 2000 per generare e veicolare newsletter e gestire campagne di e-mail marketing: uno strumento potente e sofisticato, che permette di realizzare progetti di web marketing articolati e complessi.

"Il nostro commitment – afferma Fabien Brouillard, responsabile della divisione che presidia MagNews™ – è quello di portare all'interno dell'impresa cliente il meglio di quanto si fa nell'attività di e-mail marketing, in tutte le applicazioni e declinazioni. In questo senso, ci dobbiamo confrontare ovviamente con i livelli di servizio e di prezzo dei competitor".

2° anello. È l'area destinata ai servizi per l'outsourcing dell'utilizzo di MagNews™: in tale caso, ci si rivolge ad aziende dotate di una propria struttura, che produce "in casa" un progetto di e-marketing, ma preferisce affidare in outsourcing a Diennea la sua gestione. "In pratica – illustra Stefania Pirazzini, responsabile di quest'area

– solleviamo le aziende dalla gestione tecnologica. Il vantaggio per il cliente è avere tempi di avviamento del progetto molto ristretti e non dover dedicare energie e risorse interne alla sua gestione”.

3° anello. L’area immediatamente più “esterna” è quella che disegna e sviluppa direttamente i progetti di e-mail marketing. “Qui il nostro obiettivo – chiarisce Loredana Campanile, responsabile della divisione che si occupa di quest’area – è fornire al cliente, chiavi in mano, soluzioni per l’attività di e-mail marketing che intende implementare, da applicare in tempi rapidi e con una forte attenzione al roi, ovvero al ritorno dell’investimento”. La cui misurazione è uno dei grandi plus di MagNews™.

4° anello. Nell’anello più esterno del “modello Diennea”, il progetto si customerizza: in altre parole, qui ricadono tutti i progetti più complessi e specifici, che richiedono una concreta, importante integrazione tra Diennea e l’azienda cliente. “La nostra mission – spiega il responsabile, Fabio Masini – è integrare al meglio, dal punto di vista non solo di marketing, ma anche tecnologico e informatico, le nostre soluzioni con i progetti di Crm (Customer relationship

Diennea è specializzata nei servizi e nelle tecnologie per la comunicazione e il marketing digitale. Il suo core business è MagNews™, piattaforma tecnologica ideata per generare e veicolare newsletter e gestire campagne di e-mail marketing. Attraverso il suo modello organizzativo, analizziamo l’approccio di Diennea a un mercato in costante sviluppo.

MagNews™: potente e versatile

MagNews™ è una soluzione integrata per il marketing e la comunicazione on-line, organizzata in quattro componenti:

Database: è l’insieme di strumenti per l’acquisizione e la gestione

di dati anagrafici (clienti, lead, dipendenti, visitatori), per l’efficace profilazione e segmentazione del target, per automatizzare i processi di gestione delle interazioni con gli utenti finali. Il tutto nel più scrupoloso rispetto delle norme sulla privacy.



Gestione contenuti: è un sistema evoluto e flessibile per creare, gestire e pubblicare contenuti, ovvero newsletter,

minisiti, form per sondaggi, ecc.

Delivery: è un sistema di gestione completa per la consegna del messaggio su più canali (e-mail, fx, sms, web, ecc.).

Analisi: è l’insieme degli strumenti attraverso i quali è possibile analizzare le performance, con la realizzazione di report completi e dettagliati.

management, ndr) del cliente”. Va da sé che, in questi casi, i progetti sono frutto di rapporti duraturi, che si affinano nel tempo, e spesso hanno un ampio respiro dal punto di vista sia della complessità delle attività poste in essere, sia della durata e dell’evoluzione dei progetti stessi. Com’è

facile intuire, il loro studio e la loro implementazione possono “attraversare” e coinvolgere gli altri anelli del modello.

La struttura. Impegnata in un mercato che richiede una crescente specializzazione, Diennea ha strutturato quattro gruppi di lavoro che seguono ciascuno un diverso

“anello” di attività. Non si tratta, ovviamente, di “compartimenti stagni”, ma di aree e skill che si intersecano sinergicamente.

Il servizio. Avvalersi di un pool di specialisti, che conoscono appieno la realtà e le esigenze dei propri clienti, per Diennea significa sapere assisterli in maniera rapida ed efficace, saper rispondere a ogni loro chiamata non solo con cortesia, ma con la massima professionalità e competenza. Anche su questo fronte Diennea investe molto, consapevole dell’importanza di costruire un rapporto di vera partnership con le aziende clienti.

Uno strumento fondamentale

In un mercato in rapida evoluzione come quello dell’e-marketing, Diennea punta a crescere in maniera lineare in ciascuna delle quattro aree di business in cui è impegnata. “D’altronde – conclude Maurizio Fionda – sono le quattro componenti che ogni impresa strutturata dovrebbe acquisire o in source o in outsourcing per implementare, operare e integrare il marketing diretto digitale, quale componente fondamentale – e comunque complementare agli altri strumenti – del marketing”.



Diennea srl
Viale Risorgimento, 22
48018 Faenza (Ra)
Tel. 0546.697007
Fax 0546.399913
www.diennea.com
info@diennea.com