



Renaissance

Progetto Finanziato nel quadro del POR FESR Toscana 2014-2020

Lo scopo del nostro progetto è stato quello di incrementare la presenza internazionale dell'impresa attraverso una solida comunicazione del brand e dei prodotti.

L'azienda è fortemente internazionalizzata con clienti attivi in oltre 30 paesi dove i principali mercati di riferimento si configurano nelle aree della Russia e dei Paesi Arabi. Il progetto pone le basi per rafforzare la penetrazione sui suddetti mercati attraverso un'azione di comunicazione solida e coordinata. Inoltre, è necessario veicolare la strategia comunicativa anche su paesi potenzialmente redditizi. La nostra ricerca ci ha portato a circoscriverli alle aree di Malesia-Singapore e Uzbekhastan-Kazhastan. Si prevede pertanto la realizzazione di una serie di contenuti specifici da veicolare nelle aree designate e che saranno divulgati attraverso i canali digitali dell'impresa. Nello specifico, la strategia comunicativa dell'azienda prevede la creazione di contenuti digitali e cartacei e la presenza alle principali fiere di riferimento del settore. Nel progetto è stata inclusa la presenza dell'azienda all'evento fieristico Crocus 2019 a Mosca. Tale evento è un appuntamento annuale di forte rilevanza sul territorio russo per le aziende di arredamento italiano. Nel 2019 si sono registrate visite di oltre 19.000 operatori del settore ed hanno partecipato oltre 202 aziende italiane. Durante il 2020 è stato necessario indirizzare la strategia comunicativa e la ricerca di nuove opportunità di mercato attraverso l'utilizzo di strumenti digitali. L'azienda ha deciso quindi di aderire all'iniziativa coadiuvata dal centro sperimentale del mobile su due aree chiave: Malesia-Singapore e Uzbekhastan-Kazhastan. L'iniziativa ha permesso di far conoscere l'azienda ad operatori del settore attraverso una serie di incontri virtuali. Singapore e Malesia rappresentano aree nuove di interesse per l'azienda, mentre Uzbekhastan e Kazhastan son aree in corso di sviluppo che hanno iniziato a portare risultati interessanti solo nel 2019. In particolare, l'Uzbekhastan risulta avere una capacità di spesa adeguata al target di clientela dell'impresa e il gusto si combina con la tipologia di prodotto presentato.

L'azienda ha quindi intrapreso un percorso per sfruttare al meglio le opportunità che offrono gli strumenti digitali e la visibilità che forniscono le fiere sul territorio così da migliorare la propria presenza sui mercati di interesse attraverso una serie di azioni funzionalmente collegate:

- 1) partecipazione al salone del mobile Crocus 2019 dal 9-12 ottobre
- 2) realizzazione di azioni di comunicazione mirate attraverso i canali digitali (web marketing, video, foto)
- 3) partecipazione a incontri B2B virtuali per le imprese interessate con una selezione di operatori del settore

Roberto Giovannini S.r.l.