



Un approccio scientifico

di Giulia Rubino

Claudio Agazzi

Layoutweb, la divisione internet e new media di Layout Advertising Group, è nata nel 'lontano' 1997 e può quindi essere definita una pioniera tra le strutture dedicate alla comunicazione online. Oggi è una realtà che si è ampliata e arricchita di pari passo con la crescita della rete e ne rispecchia le tendenze più innovative.

Cresciuta insieme alla rete, dalla realizzazione di siti internet alle nuove frontiere della comunicazione online, Layoutweb ha gradualmente ampliato la gamma dei propri servizi, in linea con l'evoluzione di internet. Oggi la web agency offre un pacchetto completo di attività che abbracciano a 360° la comunicazione digitale. Per conoscere meglio questa realtà abbiamo intervistato Claudio Agazzi, Presidente e Managing director.

MK: *Quali sono le specificità di Layoutweb e i nuovi servizi che offre?*

Claudio Agazzi: Layoutweb si pone nei confronti del cliente non come un fornitore ma come un partner, con cui sviluppare progetti online e offline. La nostra sfida sta nel vivere la quotidianità del cliente, capirne i valori e i prodotti e comunicarli con risultati concreti. I servizi che offriamo coprono la gamma completa delle 'classiche' attività online (realizzazione di siti internet, Search Engine Optimization e Search Engine Marketing, web advertising, web marketing, web hosting e manifestazioni a premio e concorsi). A questo pacchetto si aggiungono servizi innovativi come LayCleaning, che risponde a domande

che sono ormai decisive per le aziende che vogliono comunicare in rete: "Qual è la mia web reputation?", "Che cosa si dice della mia azienda sul web?", "Come mi comporto in caso di usi impropri o commenti negativi sui miei prodotti o sui miei servizi?". Layoutweb offre il monitoraggio della web reputation in rete e una serie di interventi di 'pulizia' mirati a tutelare un marchio o un prodotto da usi impropri, avvalendosi – quando necessario – della collaborazione di uno studio legale specializzato nella tutela di marchi, brevetti e proprietà intellettuale. Un contenuto negativo, falso o improprio, sul web resta disponibile e rintracciabile anche a distanza di anni grazie alle pagine indicizzate dai motori di ricerca. Inoltre per monitorare miliardi di pagine web e intervenire tempestivamente sui social network o altre piattaforme di condivisione servono risorse e strumenti altamente professionali. Tra i nuovi servizi c'è anche LayTrade: molto spesso la

comunicazione tra marchio e punto vendita è mediata dalla rete vendita e, in molti casi, non riesce a essere incisiva ed efficiente; per supportare il cliente in questa fase delicatissima Layoutweb ha creato LayTrade, uno strumento efficace e mirato che consente al brand di informare il punto vendita sulle attività di comunicazione in corso, dalle promozioni agli sconti fino alle operazioni a premio. LayTrade è realizzato in due formati, un magazine cartaceo e una newsletter. Un plus di questo servizio è la velocità: a una settimana dall'ideazione si ha la presenza fisica

tualmente, in modo che i clienti possano toccare con mano il lavoro svolto attraverso report ad hoc. Non ci piace fare promesse, e non le facciamo mai. Preferiamo andare al sodo e far vedere in concreto quello che facciamo. Comunicare sul web, per la nostra agenzia, significa monitorare e vagliare 'scientificamente' una grande quantità di dati: in fase di start-up, in fase di svolgimento per un corretto 'tuning', e in conclusione con lo studio dei risultati. Se correttamente interpretate, queste informazioni offrono indicazioni preziose su come ottimizzare tempi e

“ Nella 'ricetta' di Layoutweb ci sono alcuni ingredienti che non mancano mai, e sono quelli che contribuiscono alla buona riuscita del piatto: l'approccio con il cliente, il metodo di lavoro e una proposta di qualità, capace di distinguersi e di catturare un utente sempre più sottoposto ai messaggi e agli stimoli di altri player della rete. ”

del magazine nel punto vendita. La prossima evoluzione del magazine sarà l'inserimento di suggerimenti e consigli utili per supportare le vendite attraverso gli interventi di esperti del settore.

MK: *Layoutweb definisce il proprio approccio alla comunicazione 'scientifico'. Potrebbe spiegarci cosa intendete con questa espressione?*

Claudio Agazzi: Prima di pianificare un sito o di pianificare una campagna marketing, svolgiamo un approfondito lavoro di analisi del mercato di riferimento in cui si muove il cliente e valutiamo a 360 gradi quali siano le strategie di comunicazione più efficaci. Non ci occupiamo solo di creatività e di web design ma diamo ampio spazio all'aspetto tecnico. Attualmente lo staff dei software engineer è al lavoro per trovare strumenti sempre più sofisticati per le attività relazionali. Ma non solo: le attività di web marketing vengono studiate, sviluppate e registrate pun-

risorse, raggiungere meglio il target, e così via. Analisi, pianificazione, sviluppo e ancora analisi: questo è il nostro metodo di lavoro basato su criteri 'scientifici', un circolo virtuoso che inizia con un approfondito monitoraggio del web, prosegue sviluppando strategicamente le informazioni e infine analizza i risultati finali.

MK: *Oggi per le aziende è fondamentale essere online?*

Claudio Agazzi: Essere sul web oggi è una fondamentale base di partenza. Tuttavia la vera forza competitiva di un marchio o un prodotto è il modo in cui viene presentato online e la sua capacità di ascoltare, dialogare e interagire con i propri interlocutori. Spesso nel consueto lavoro di screening della rete ci imbattiamo in siti graficamente molto impattanti ma che non tengono conto dell'indicizzazione dei motori di ricerca. In altre parole, avere un bel sito serve a poco se non



1. L'home page del sito 'ci gusta!', realizzato da Layoutweb per Happy Time Solutions.
2-3. Due pagine del nuovo sito per Toy G, brand del gruppo Cris Conf.

appare nelle prime pagine dei search engine e se, di conseguenza, gli utenti non lo trovano. Aprire una fan page su Facebook senza inserirla in un progetto di comunicazione mirato, e senza gestire correttamente le relazioni con gli utenti, difficilmente darà grandi risultati. Se da un lato le aziende che vogliono essere presenti in rete sono sempre di più, dall'altro molte non sanno come farlo, qual è il modo migliore per "esserci". Accanto agli investimenti servono anche partner con competenze e professionalità adeguate, che sappiano come ottimizzare le risorse e quali leve muovere per raggiungere gli obiettivi. Dieci anni fa essere online poteva bastare, oggi conta 'saperci essere'.

MK: Qual è quindi il modo 'giusto' di essere online per un brand o un'azienda?

Claudio Agazzi: Non penso che esista la ricetta perfetta, anzi forse è proprio il fatto che non ci sia a rendere il mondo dell'advertising così stimolante. Ultimamente il coinvolgimento degli utenti, la creazione

di relazioni con il potenziale target attraverso discussioni, operazioni a premio ed eventi, è la chiave di molti progetti di successo. Per il marchio Toy G di Cris Conf, abbiamo seguito il completo restyling del sito e avviato un'intesa attività di marketing relazionale sfruttando proprio alcune di quelle leve che ho citato: e devo dire che ha portato ottimi risultati in termini di dati raccolti e fidelizzazione degli utenti. Ma non voglio entrare nella specificità dei singoli casi, proprio perché come dicevo prima non credo che ci sia un'unica soluzione giusta per una comunicazione efficace. Quello che voglio sottolineare è che nella 'ricetta' di Layoutweb ci sono alcuni ingredienti che non mancano mai, e sono quelli che contribuiscono alla buona riuscita del piatto: l'approccio con il cliente, il metodo di lavoro e una proposta di qualità, capace di distinguersi e di catturare un utente che è sempre più sottoposto ai messaggi e agli stimoli di altri player della rete.

MK: Quest'anno il web è stato l'unico media che ha visto un consistente incremento degli investimenti in comunicazione. Il 2011 di Layoutweb rispecchia ancora una volta l'andamento della rete?

Claudio Agazzi: Il bilancio di quest'anno per Layoutweb è molto positivo: abbiamo messo in cantiere e portato a termine molti progetti importanti. Oltre all'attività con marchi come Toy G e Cesare Ragazzi Laboratories, è iniziata anche la collaborazione con InfoCamere, la società consorziale impegnata a far conoscere i servizi delle 105 Camere di Commercio e delle loro 300 sedi distaccate. Per i prossimi due anni seguiremo la campagna di search engine marketing a favore del portale www.registroimprese.it, con il fine di diffonderne la conoscenza e di stimolare le attività on site degli utenti. Senza dubbio il 2011 è stato contrassegnato da importanti acquisizioni, a cui ci siamo dedicati – come sempre – al 100%. Nel corso di questi anni abbiamo visto che per noi focalizzarci sul cliente è la migliore strategia di new business. Negli ultimi dodici mesi anche la squadra è cresciuta in tutti i sensi, tanto che stiamo valutando di trasferirci in una sede più grande. Per il 2012 ci auguriamo di proseguire su questa strada e, come obiettivo, vorremmo dare maggiore visibilità online alle aziende italiane sui mercati esteri. Abbiamo infatti notato che i marchi italiani presenti nelle prime pagine dei motori di ricerca esteri sono molto pochi. Oltre a realizzare i siti in diverse lingue, pensiamo che serva un maggiore lavoro sulla dislocazione territoriale dei server. ■



layout**web**
w e b a g e n c y

C'è chi vi parla
di web marketing.
Noi lo facciamo.

Progettazione siti internet
Posizionamento motori di ricerca
Web marketing
On line brand reputation
Web advertising
Web analysis
Manifestazioni a premio

www.layoutweb.it - info@layoutweb.it

