

CAMOMILLA MILANO

FRANCESCA BELLONI,
DIRETTORE MARKETING

SECONDO IL SUO AVVISO, NEL QUADRO RECESSIVO ATTUALE, COME STA CAMBIANDO IL CONSUMATORE E COME DI CONSEGUENZA DEVE CAMBIARE LA MARKETING COMMUNICATION?

Il consumatore è già profondamente cambiato. È competente e molto sicuro di sé. Non si fa 'abbindolare' da false promesse. S'informa, naviga, twitta, condivide. Per avvicinarsi a questo tipo di consumatore, la comunicazione e il marketing devono andare verso concetti di trasparenza, condivisione di strategie con il target e soprattutto lo studio accurato del singolo consumatore. In questo Facebook, i social media e la comunicazione online sono il terreno ideale per comunicare in maniera adeguata.

L'ANNUNCIO PER CAMOMILLA DI 'LOVE YOUR LIFE' REALIZZATO DALLA FONDAZIONE IEO. SOTTO LA BORSA IN LIMITED EDITION IL CUI RICAVATO SARÀ DONATO PER L'ACQUISTO DI UN ENDOSCOPIO A FLUORESCENZA.



Camomilla Milano infatti, quest'anno ha deciso di comunicare con questi potenti mezzi democratici (abbiamo infatti una fan page di oltre 80.000 fan, un canale YouTube e un sito web in linea con le tecnologie 2.0. Relativamente invece alla conoscenza del target, Camomilla Milano ha recentemente adottato un Crm di ultima generazione che ci permette di segmentare il nostro consumatore colpendolo con messaggi ad hoc. Open Symbol è il fornitore del Crm, mentre la consulenza è fornita da CDirect Consulting.

COME DOVREBBE AGIRE E QUALI CARATTERISTICHE DOVREBBE AVERE UN'AGENZIA DI COMUNICAZIONE PER SODDISFARE LE ESIGENZE DEL CLIENTE?

L'agenzia di comunicazione deve accompagnare il cliente nel duro e faticoso processo di trasformazione da off a online. Mi spiego meglio... la comunicazione offline ha ancora una potenza comunicativa straordinaria e imprescindibile poiché 'spicca'. Ecco, nel mondo digitale questo non è semplice, anzi è davvero facile essere sovrastati dalle 1.000 voci dei blogger, della concorrenza, dei consumatori (soddisfatti o meno). Ebbene, dotare un cliente di un'adeguata strategia comunicativa online credo sia il compito principe, il focus che ogni agenzia di comunicazione di successo dovrebbe avere.

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

Seguiti dall'agenzia PR Lead Communication (www.leadcom.it), abbiamo deciso di devolvere in beneficenza l'intero budget di marketing stanziato per il 2013. L'iniziativa Love Your Life, studiata da Fondazione IEO, ci è sembrata un'ottima modalità comunicativa. Camomilla Milano è da sempre vicina alle donne e in un momento difficile quale quello che stiamo vivendo, dare speranza ci è sembrato la cosa migliore da fare. Nell'anno del nostro 30° anniversario, abbiamo studiato una limited edition di borse e varie iniziative on e offline il cui intero ricavato sarà donato a Fondazione IEO che lo utilizzerà per l'acquisto di un endoscopio a fluorescenza per l'individuazione di linfonodi sentinella nei tumori all'utero. Questo strumento, aggiunto ai macchinari di ultimissima generazione, di cui sono dotate le sale operatorie di Fondazione IEO, permetterà di mantenere i tessuti sani e di non subire operazioni invasive che nella maggioranza dei casi portano alla sterilità. Crediamo che per una donna dare la vita sia la cosa più importante e che dare a donne afflitte da questo brutto male la possibilità di concepire sia sinonimo di speranze e di visione del futuro in rosa... i nostri valori. **MK**