

22/04/2016

A colloquio con Delia Caraci, owner di Digital Sfera

"Comunicare valore d'impresa online" è il titolo del corso che **ASSOLOGISTICA Cultura e Formazione** organizza il prossimo 11 maggio presso la propria sede di via Cornalia 19, a Milano. Obiettivo principale del corso è di far comprendere ai partecipanti le dinamiche e le modalità di correlazione dei diversi strumenti di comunicazione digitale, armonizzando i social media quale strategia vincente di relazione con il cliente. Ne abbiamo parlato con la docente del corso, Delia Caraci, giovane e dinamica owner di Digital Sfera.

Il suo corso ha tra gli obiettivi anche l'apprendere come sfruttare al meglio web e social network. Per ottenere esattamente cosa?

Oggi la diffusione del web e dei social media impone a ogni azienda di essere presente online con adeguati profili professionali. Il web è diventato infatti un potente mezzo di comunicazione, che può essere sfruttato secondo gli scopi aziendali: creare un'immagine di autorevolezza, di prestigio, oppure vendere online, ecc. Ogni azienda ha obiettivi diversi: il corso analizza e chiarisce proprio come i nuovi strumenti sono entrati a far parte delle abitudini del consumatore e come possono essere usati in modo strategico e funzionale al proprio business.

Oggi è concepibile un'azione di marketing che non tenga conto della dimensione "online"?

Assolutamente no: oggi il web è un mezzo di comunicazione diffuso al pari di canali come la radio e televisione ed è il 'luogo' dove le persone cercano informazioni, ancora prima che da altre parti. Così google, ma anche linkedin, facebook, twitter e altri social media diventano fonti e punti di riferimento per chi cerca informazioni su aziende, prodotti e servizi, i nuovi biglietti da visita virtuali di ogni attività: un'azienda che non è presente su questi canali è un'azienda che comunica la propria assenza.

Sintetizzandoli al massimo, quali sono gli elementi chiave di una strategia di marketing digitale?

Conoscere i nuovi canali di comunicazione e le loro caratteristiche: a chi si rivolgono, come e con che linguaggio. Quindi, utilizzarli in modo opportuno per veicolare i propri contenuti, e creare visibilità verso la propria attività ed il proprio marchio.

Chi – nell’ambito della logistica e del supply chain management – dovrebbe frequentare il suo corso?

E’ un corso che ha un taglio molto strategico, quindi pensato per figure direzionali: sicuramente direttori e responsabili marketing, responsabili comunicazione... E’ sicuramente un corso utile, in generale, per chi lavora in queste aree.

a cura di Ornella Giola

CHI E' DIGITAL SFERA (www.digital-sfera.com)

Della società fanno parte consulenti di digital marketing e social media marketing, il cui scopo è aiutare le aziende a realizzare una comunicazione digitale vincente, per aumentare visibilità e vendite con una strategia multicanale. Per fare questo offre soluzioni e servizi mirati a sviluppare i canali digitali, adeguando sempre il proprio approccio all’esigenza e al target del cliente, che Digital Sfera segue con:

- *Tecnologie innovative per la comunicazione aziendale
- *Progettazione e sviluppo app e web application
- *Social media marketing
- *Consulenza e formazione aziendale
- *Training-on-the-job (nelle aree SEO, SEA, ANALYTICS)

"Operiamo con un approccio consulenziale molto flessibile - afferma Caraci - per unire tutti i diversi aspetti integrandoli nei processi tradizionali: mentre sviluppiamo un progetto personalizzato, trasmettiamo infatti al cliente tutto il know-how per consentirgli di poterlo gestire in modo autonomo".