

La decisione è maturata dopo un articolato processo di riflessione e di studio, che ha coinvolto direttamente i vertici del Gruppo: Marangoni rivede sensibilmente la propria partecipazione alle fiere internazionali di settore. Una scelta strategica dettata dall'esigenza di percorrere strade più adeguate ed efficaci nella promozione della propria immagine e nel contatto con i clienti. Per questo, il Gruppo d'ora in poi si affiderà maggiormente alle potenzialità di Internet, in particolare delle piattaforme digitali che danno vita a quello che viene comunemente definito «web 4.0».

Le kermesse di settore hanno rappresentato per lungo tempo uno dei modi privilegiati per la promozione delle aziende. Tutto questo oggi appare però insufficiente perché comporta un approccio a volte generalista e dispersivo, soprattutto per le grandi imprese, la cui realtà è sempre più complessa, ramificata, in rapido mutamento: per promuoverla con efficacia, e per favorire l'interazione con clienti e stakeholders, bisogna utilizzare altri strumenti.

Il complesso delle tecnologie note come «4.0» è divenuto ormai il mezzo per eccellenza per la comunicazione e rappresentazione del mondo così com'è oggi. Sui nuovi strumenti digitali si gioca concretamente la «realità» del contatto con i clienti, caratterizzata da immediatezza, globalità e interattività.

Come annunciato da **Dino Maggioni**, Amministratore Delegato del Gruppo Marangoni, in una lettera inviata a fine febbraio a clienti e partner: *“Si tratta di passare dall'esperienza della promozione alla promozione di un'esperienza. O per dirla in altri termini, di passare dalla «virtualità» delle fiere alla «realità» offerta dalle ultime tecnologie. Non si tratta di un paradosso, ma di una situazione che si sta verificando davanti ai nostri occhi.”*

A differenza delle semplici relazioni “one-to-one” che si creano nelle fiere, le tecnologie digitali garantiscono un dialogo “orizzontale” e diretto con clienti, fornitori e stakeholders in generale; offrono un enorme potenziale di crescita su scala internazionale e globale; ed, infine, consentono la creazione di una rete di relazioni che costituisce una vera “comunità” che può essere mantenuta nel tempo.

Questa nuova fase è sostenuta anche dai numeri. Da inizio anno il Gruppo Marangoni ha lanciato una serie di importanti campagne informative e promozionali attraverso i propri canali digitali. I

© riproduzione riservata
pubblicato il 30 / 05 / 2018