

## Aggiungi un post a tavola e un piatto di ravioli

**Pubblicato:** Venerdì 26 Agosto 2022



In un mondo in rapida e continua evoluzione, le aziende devono sapersi adattare per rimanere al passo con i tempi, a partire dai mezzi di comunicazione che hanno subito una profonda trasformazione. La **nascita dei social network**, nella prima decade degli anni duemila, ha **rivoluzionato il mondo della comunicazione aziendale** sostituendo in parte i mezzi di comunicazione pubblicitaria più tradizionali come, per esempio, la televisione, i giornali o la radio con un vantaggio economico, oltre che di enorme diffusione.

Considerato che in Italia nel 2021, con **44,3 milioni di utenti unici mensili in media**, la **total digital audience** ha raggiunto il **74,5%** della popolazione dai 2 anni in su (+2,2% rispetto alla media del 2020, fonte AudiWeb), per molte aziende investire in questi nuovi mezzi di comunicazione di massa è stata una conseguenza naturale.

In provincia di Varese **Lo Scoiattolo spa** è stata tra le prime aziende ad intuire le potenzialità dei **social media** per il proprio business. L'azienda di Lonate Ceppino, nata nel 1983 e specializzata nella produzione di **ravioli**, ad oggi è tra i primi tre **produttori italiani di paste fresche di altissima qualità**. Con l'entrata della **terza generazione in azienda**, è iniziato un nuovo percorso legato ai social media che ha portato alla realizzazione di un ufficio addetto alla comunicazione-marketing e alla creazione dei content e del packaging.

Lo Scoiattolo **utilizza diversi social media** modulando lo stile e l'utilizzo in base ai differenti target. **Facebook** e **Instagram**, che hanno un ampio bacino di utenza, vengono utilizzati sia per il marketing che per l'immagine. Invece **LinkedIn** che si rivolge ad un'un'utenza più professionale, è utilizzato principalmente per comunicazioni commerciali e per i comunicati stampa.

Un ulteriore metodo di comunicazione utilizzato dall'impresa è quello dei **blogger** che in determinati casi pubblicizzano il prodotto attraverso i loro mezzi comunicativi. La selezione dei blogger è frutto di un'attenta ricerca poiché devono rappresentare, essi stessi, gli stessi valori espressi dall'azienda. Grazie alla creazione di uno **stile personalizzato**, utilizzato anche per il **packaging** è stato possibile ottenere una identificazione del prodotto spingendo, così, il consumatore alla ricerca del prodotto pubblicizzato tramite i social media.

Nonostante sia molto difficile stabilire a livello numerico quanto influisce sulle vendite la pubblicizzazione con questi nuovi mezzi, è tuttavia possibile, tramite i comportamenti delle persone (come i re-post, commenti o i traffici sul sito), determinare se esista o meno un ritorno in termini di **visibilità**.

Grazie ai dati provenienti dalle piattaforme utilizzate, l'azienda riesce ad svolgere anche **un'analisi approfondita di informazioni relative ai prodotti**, ai **servizi** e al **marketing**, questo nuovo metodo di apprendimento di informazioni ha richiesto **nuovi tipi di abilità**, dall'**analisi di dati informatici**, alla **gestione dello spazio commenti dopo i post**.

La gestione dei contenuti, oltre alla pubblicazione, comprende anche un'analisi delle **criticità inerenti i prodotti e i servizi**, in base al responso delle persone, con un approccio meno diretto. Oltre alle abilità richieste nell'analisi di dati informativi, è essenziale avere le capacità di **creare dei content adatti**, che rispecchino il sistema valoriale dell'azienda e invogliano il pubblico a vederli. È dunque molto

importante che i valori distintivi dell'azienda, come **l'innovazione, la qualità e la sicurezza dei prodotti**, siano trasmessi al pubblico, motivo per cui alcuni progetti, come il video sulla storia della società, vengono affidati a società professioniste del settore.

Una strategia di comunicazione di successo che ha permesso all'azienda di Lonate Ceppino di ampliare e fidelizzare ulteriormente la clientela, aumentando la propria visibilità.



Lo scoiattolo è tornato a casa

di Yelekal Pelizzola