

Questo documento è un riadattamento dei contenuti del sito www.venturini.biz, ottimizzati per la lettura su un documento cartaceo facilmente stampabile e distribuibile, con l'obiettivo di presentare le mie attività in una maniera più pratica per una consultazione off line.

Per la versione più aggiornata dei contenuti e delle informazioni sulla mia attività, consultate il sito.

Consulenza Marketing, Internet Marketing, Comunicazione, Formazione.

Se il successo del vostro Business dipende da:

- Una buona capacità di Marketing
- Una Marca forte ed appropriata rispetto al target
- Una buona Comunicazione
- Una presenza Internet efficace

allora, probabilmente, posso aiutarvi. Molto.

Sono un **consulente**. Aiuto le aziende a migliorare il proprio business, a renderlo più efficiente. A comunicare meglio e a sfruttare - nel modo più appropriato per l'azienda e il suo target - le possibilità del marketing e dei new media.

Sono un **formatore**. Aiuto ad apprendere. Passo ai clienti il mio know-how, in modo che possano poi rendersi autonomi, se vogliono. Ho lavorato per grandi centri di formazione marketing e manageriale.

Il mio servizio di consulenza marketing e di formazione è basato sulla pratica. Per 20 anni ho seguito clienti e sviluppato strategie, prima in grandi agenzie di comunicazione e poi sul fronte della consulenza. So quello che faccio.

La mia offerta è differenziata - con servizi (e costi) ad hoc per i diversi tipi di azienda. PMI o Grande Impresa, il mio lavoro di consulenza e formazione porta ai clienti un valore sempre superiore al costo. Ascolto. Lavoro insieme a voi. Porto risultati. Risolvo problemi. Aiuto a ridurre i rischi, ad essere più efficienti. Opero in Italia e Spagna.

Consulenza di Marketing e Comunicazione

Lavoro per aiutare i clienti a raggiungere, comunicare, vendere ai propri target.

Posso aiutare a migliorare il Marketing, la Comunicazione ed il Branding di servizi e prodotti. Ad aumentare margini, profitti, vendite. Ad aprire nuove aree di mercato. A definire meglio i ruoli e gli obiettivi delle attività integrate di marketing e comunicazione.

Aiuto i clienti a individuare le proprie necessità e a raggiungere gli obiettivi. Sviluppando strategie che trasformino le opportunità in piani di azioni realizzabili. Basando la consulenza sulla mia esperienza diretta.

Aiuto i clienti a semplificare il proprio lavoro, a capire e a fare, a lavorare meglio e a spendere con più efficienza.

Le Aree di Lavoro

Il lavoro si articola, sostanzialmente, all'interno di cinque grandi aree:

- Consulenza per lo sviluppo di Strategie di Marketing
- Attività di costruzione strategica delle marche
- Sviluppo di Marketing Concepts
- Costruzione di Strategie di Comunicazione
- Operazioni di Innovazione nel Marketing e di Marketing Innovativo.

Strategie di Marketing.

Una strategia è un piano di medio/lungo periodo, la rotta che ci porterà al nostro obiettivo. Si concentra su come si vincono le guerre. La tattica si occupa di come vincere le scaramucce giornaliere.

La strategia di Marketing è l'insieme delle indicazioni che guidano le scelte dell'azienda per i propri prodotti, la distribuzione, il pricing, la comunicazione, il servizio. E' il piano che stabilisce come dovrà svilupparsi la nostra offerta.

Senza una strategia, il nostro Marketing si riduce ad una serie di attività poco collegate e poco efficienti, senza una regia che allinei tutti gli sforzi e gli investimenti verso un unico obiettivo.

Io aiuto le aziende a sviluppare strategie di marketing - basate sull'analisi e su di una solida creatività orientata al risultato. Sfruttando tutto quello che ho visto in vent'anni sul campo. Innovando, dove serve.

Tenendo conto delle diversità di bisogni e di capacità che esistono in tipi di aziende diverse - dalle PMI alle imprese di grandi dimensioni - sviluppando progetti su misura e effettivamente realizzabili dal Cliente.

Incorporando nel processo le attività di analisi del mercato e della concorrenza, dei rischi e delle opportunità, la configurazione dell'offerta (marketing mix), lavorando sulla segmentazione del mercato e sul posizionamento dei prodotti.

Partendo sempre dalla definizione degli obiettivi di Marketing dell'azienda.

A proposito... siete in grado di scrivere su un pezzo di carta, esattamente, i **vostri obiettivi** ? (se la risposta è no oppure è "vendere di più", posso suggerirvi di dare un'occhiata agli articoli contenuti nella sezione download del sito e poi fare due chiacchiere insieme?)

Strategic Brand Design (il Brand è la promessa di un'esperienza...)

La nostra marca è forte o debole? Quali sono i suoi valori, i suoi messaggi? I clienti e i prospect, come decodificano il brand? Cosa dicono di noi? Esiste una differenza tra quello che vorremmo essere e quello che "loro" pensano di noi?

Come siamo percepiti razionalmente ed emotivamente? La nostra marca, come influenza le preferenze e la loro fedeltà?

Progettare una marca non è il semplice disegno di un logo. La Marca è l'essenza della nostra realtà.

Il Branding è ormai uno dei fattori critici nel business: lo sviluppo di una marca efficace è molto complesso e deve essere oggetto di una buona consulenza di marketing. Lanciare una nuova marca può essere molto oneroso. Non c'è spazio per gli errori.

Posso aiutare i clienti a:

- Sviluppare nuove marche
- Creare estensioni alle marche esistenti (nuove linee, sub brands...)
- Rivitalizzare marche esistenti
- Ottimizzare il portafoglio delle proprie marche

La mia consulenza aiuta i clienti a costruire marche più forti, adeguate alla natura, necessità e cultura dei propri target.

A definire gli obiettivi della marca, il suo profilo, le caratteristiche chiave, costruire una strategia ed un posizionamento.

Per poi seguire, se necessario, aiutando nello sviluppo degli elementi concreti della marca (nome, logo, corporate identity, packaging...) collaborando con specialisti del settore (scelti da me o individuati dal cliente) - assicurando che l'esecuzione pratica sia coerente con la strada strategica ottimale per la marca.

Concept Development.

Spesso il compito più complesso del Marketing è la generazione di nuovi concepts. Idee, concetti per un nuovo prodotto, una campagna, un posizionamento. E' molto delicato. Occorre integrare l'analisi, la creatività di marketing, la ricerca di mercato e sul consumatore. La strategia con la capacità di rompere gli schemi.

Perchè un concetto innovativo di marketing è una cosa molto diversa da una bella idea. Da un guizzo creativo.

Quanti prodotti abbiamo visto lanciare, quante pubblicità abbiamo visto passare - di cui abbiamo detto: "che bella idea... ma qualcuno comprerà quel prodotto? Qualcuno si farà convincere da quella campagna?".

Se la risposta del mercato è "Divertente, ma non lo comprerei mai. E' interessante, nuovo, ma non ci spenderei dei soldi. E' uno spot bellissimo ma non mi fa venir voglia di comprare" - allora abbiamo sprecato il nostro investimento.

Per evitare di buttare i soldi, l'unica strada è gestire la creatività - facendola lavorare con un'analisi di mercato che la guidi e con attente verifiche prima del lancio, per capire se la nostra idea vincente davvero funzionerà sul target.

Mi occupo di:

- Progetti di sviluppo di nuovi prodotti
- Identificazione di nuovi mercati, nuove opportunità su target o nicchie
- Estensioni di linea all'interno del Brand
- Identificazione di aree di possibile evoluzione

Combinando la capacità di innovare con una buona dose di buon senso manageriale. Facendo molta attenzione a che ciò che propongo sia davvero fattibile in pratica. Senza sprechi di tempo o di denaro per il cliente.

Strategie di Comunicazione.

Comunicare è, oggi, un grosso problema. Comunicare è molto più che sviluppare uno spot.

L'affollamento riduce l'efficacia. La pubblicità funziona sempre meno: si registra negli utenti (specialmente nei giovani) un distacco emotivo, una disattenzione, meno voglia di crederci.

La pubblicità va fatta in modo diverso. E spesso, non bisogna fare pubblicità ma usare altri strumenti di comunicazione. Strumenti "Tradizionali" o Rivoluzionari. Soprattutto, focalizzarsi sulla strategia. Senza strategie a tutta prova, la creatività difficilmente porta business.

Grazie all'esperienza accumulata lavorando sulle più grande multinazionali... e sulle più piccole PMI, mi occupo di:

- Sviluppo di Strategie di Comunicazione
- Supporto ad aziende e agenzie per lo sviluppo di operazioni di comunicazione
- Formazione, coaching e consulenza per personale dell'azienda (neoassunti, passaggio a nuove funzioni...)
- Organizzazione e gestione gare, supporto all'azienda per la valutazione delle proposte

Lavoro per una comunicazione che funzioni e non faccia sprecare risorse. Con un'attenzione particolare alle esigenze delle PMI e alla comunicazione con risorse contenute (si vedano anche i miei corsi sulla comunicazione Low Budget).

In partnership con l'agenzia di design Chilli Design di Barcellona, lavoro sullo sviluppo di packaging, materiali below the line, supporti di comunicazione. Collaboro con alcune web agency per la produzione di siti e materiali online.

Marketing Innovation.

Il ruolo del Marketing è aiutare l'azienda a vendere i propri prodotti, nel miglior modo possibile. Aiutare le organizzazioni a raggiungere i propri obiettivi. Permettere alle PMI di competere con le Grandi Imprese. Essere in sintonia con il mercato. Ogni elemento del nostro Marketing deve contribuire a darci un vantaggio sui concorrenti.

Il problema è che mercato, clienti, concorrenti si muovono. Si muove la cultura, la società, le regole.

Cambiano gli atteggiamenti, i comportamenti. Cambiano le abitudini. Cambiano i media ed i New Media influenzano fortemente i processi d'acquisto, anche in punti vendita tradizionali. Lo svolgersi del Buy Cycle si sta modificando. Il cambiamento è rapido, continuo. Il nostro bersaglio si muove e noi dobbiamo inseguirlo.

I nostri progetti di Marketing e Comunicazione devono adattarsi o si scolleranno dalla realtà.

Mi occupo di :

- Rivisitazione delle attività di marketing aziendali in chiave innovativa
- Marketing Digitale, Web Marketing, Internet Marketing
- eMail Marketing
- Guerilla Marketing
- Tribal marketing
- Experiential marketing.

Consulenza Internet Marketing.

Lavoro da oltre 20 anni nel mondo del Marketing e della Comunicazione. Dal 1994 mi occupo di Internet - sono stato uno dei pionieri dell'Internet Marketing Italiano.

Con circa un centinaio di articoli scritti sulla rivista Web Marketing Tools (ora chiusa), altre riviste e siti, ho contribuito a fare crescere la conoscenza e la discussione sull'Internet Marketing in Italia.

Ho collaborato a un gran numero di progetti Internet - dall'entrata online di giovani PMI alla strutturazione del sito delle Olimpiadi Invernali di Torino 2006.

Ho dunque una discreta esperienza...che metto a disposizione dei clienti per risolvere problemi, migliorare le attività di marketing online. Trasferendo know-how per mettere in grado i Clienti di fare, se vogliono, a meno di me.

Tra le aree di competenza principali:

- aiutare le aziende a capire come usare Internet e il web per un business migliore
- supporto all'impostazione di politiche di marketing, segmentazione, posizionamento
- supporto all'impostazione strategica e allo sviluppo di progetti di comunicazione
- consulenza di marketing digitale e comunicazione online / integrazione marketing tradizionale con attività online

Progetti di consulenza Internet: in pratica, alcuni esempi...

Dal 1994 ad oggi ho seguito un gran numero di progetti. Tra le tematiche più comuni su cui lavoro abitualmente:

Sviluppare le strategie Internet.

- Perché Internet? Come usarlo per migliorare il business dell'azienda, ridurre i costi, entrare in nuovi business?
- Come usare il web, la posta elettronica e gli altri strumenti on line a supporto del business e della comunicazione?
- Come deve essere fatto il sito? (obiettivi, concetto iniziale, tema, struttura, contenuti, stile e personalità...)

Indirizzare il Marketing e la comunicazione.

- Quali strategie e attività per la comunicazione aziendale, come integrare marketing e comunicazione con l'online?
- Quali attività di Branding online, Web Marketing, di e-Mailing, Marketing Virale, sviluppo di Comunità esplorare?

Collaborare alla realizzazione concreta delle operazioni Internet.

- Ridefinizione e rivitalizzazione di siti web esistenti, evoluzione verso versioni più aggiornate
- Definizione della struttura dei contenuti, mappa, interazioni con gli utenti, ottimizzazione, promozione
- Supporto nella definizione, organizzazione e implementazione di selezione agenzie/web agency e conduzione di gare - Supporto all'elaborazione del brief
- Supporto allo sviluppo creativo e pratico del sito, in partnership con personale dell'azienda o della web agency

Attività di Content Development e Giornalismo.

Come naturale estensione delle mie attività consulenziali e di studio, ho iniziato fino dal 1998 a pubblicare articoli sui temi del Marketing, dell'Internet Marketing e della Comunicazione.

Sono giornalista pubblicitaria. Ho collaborato fino alla chiusura con la rivista Web Marketing Tools, sono stato collaboratore del magazine femminile de La Repubblica, di Media Forum e di Net Forum.

Collaboro tutt'ora con Media Key, TV Key, Apogeeonline ed altre testate.

Alcuni esempi degli articoli sviluppati sui temi del Marketing e dell'Internet Marketing sono disponibili nella sezione download ed altri contenuti sono pubblicati regolarmente nel mio blog.

Sviluppo contenuti per siti web (si veda ad esempio il mio corso di Internet Marketing destinato alle PMI pubblicato su www.portale.europmi.it/home/), pubblicazioni cartacee, materiali interni.

Mi occupo di tematiche relative alla creazione e gestione dei contenuti, dal punto di vista strategico, per i siti web - lavoro che ho svolto anche per il sito delle Olimpiadi Invernali di Torino e per altri clienti.

Sono docente al Master per Web Content Manager dell'Ateneo Multimediale di Milano e sono coautore del libro "Content Management" edito da Apogeo.

Attività di formazione marketing.

Sfruttando l'esperienza accumulata nella mia carriera professionale in campo Marketing, Comunicazione e Internet ho iniziato dal 1996 ad occuparmi di formazione - sia lavorando per grandi centri di formazione, sia sviluppando progetti ad hoc per le aziende.

La mia è una formazione concreta, basata sull'esperienza diretta, arricchita da un'attività costante di studio e aggiornamento, centrata sull'interattività con la classe, integrata da esercitazioni e attività pratiche.

Tra le principali aree di competenza:

- Il Marketing strategico ed operativo tradizionale
- Il Marketing Digitale nelle sue varie aree applicative. Internet Marketing, Strategie di Web Marketing
- La Comunicazione e la Pubblicità, tradizionale e su media innovativi, Comunicazione Low Budget
- Branding, nuovi strumenti di comunicazione, sviluppo dei contenuti per la Comunicazione e l'Advertising
- CRM / one to one Marketing / Relazione col Cliente
- Marketing Turistico

Oltre a questi temi posso sviluppare, su richiesta, corsi ad hoc su aree coerenti con le mie competenze.

Tra i principali clienti: Sole 24 Ore Centro Formazione (corsi brevi e Master), Telecom Italia SpA, Scuola Superiore G.Reiss Romoli, Ateneo Multimediale/Scuola Politecnica di Design (corsi brevi e Master), Università Cattolica di Milano, Scuola di Amministrazione Aziendale di Torino, Formaper (Camera di Commercio di Milano)...

Formazione su misura.

La formazione su misura è lo strumento più efficace, rapido ed efficiente per far crescere la vostra azienda, in termini di competenze, di idee, di motivazione.

Se il numero di partecipanti è di almeno tre o quattro, la formazione su misura, con corsi "in house" può inoltre essere economicamente conveniente.

La mia formazione viene costruita ascoltandovi. Cercando di capire non solo cosa volete ma soprattutto di cosa avete bisogno, cosa può aiutare la vostra azienda a fare un business migliore.

Credo che la formazione debba aiutare le persone a capire, ad avere idee, ad aprire nuovi orizzonti di riflessione. A stimolare e ad informare - ma che debba soprattutto aiutare le aziende a diventare più in gamba, più competitive. E che l'investimento fatto in formazione debba ritornare in termini di fatturato, di utili, di benefici concreti per l'azienda.

Lavoro in aula con grande interattività, facendo partecipare molto, usando esempi concreti e facendo provare in pratica, con esercitazioni, casi o simulazioni, quello che spiego. Perché solo provando a fare si capisce e si ricorda.

Se siete interessati ad organizzare un corso di formazione ad hoc per la vostra azienda, sui temi del marketing e del marketing interattivo, della comunicazione o dei new media, contattatemi: sulla base delle vostre esigenze potrò sviluppare un progetto ed eventualmente un preventivo di massima.

Roberto Venturini: Background Professionale.

Dopo aver frequentato per tre anni la facoltà di Ingegneria Elettronica presso il Politecnico di Torino, passo alla Scuola di Amministrazione Aziendale dell'Università di Torino, dove mi laureo nel 1983 con 110 lode ed una menzione sulla tesi.

Nel 1984 mi trasferisco in Lussemburgo a lavorare in Soremark Luxembourg come Product Manager dei prodotti sperimentali Ferrero.

Rientro in Italia nel 1986 ed entro, come Account Executive, in Saatchi & Saatchi Advertising.

Passo nel 1989 a BBDO Italy come Account Supervisor e poi Account Director. Responsabile dei principali clienti internazionali dell'agenzia (Apple Computer, Gillette, Pepsi Cola). Nel 1995 scopro Internet e nel 1996 divento il responsabile, all'interno di BBDO, di Cyberio -una delle prime strutture italiane dedicate al web e alla TV Interattiva.

Nel 1998 divento Digital Marketing Strategist in McCann & Interactive, divisione specializzata dell'agenzia McCann Erickson Italiana, focalizzata sulla comunicazione per i nuovi media e sulla comunicazione tradizionale per clienti innovativi e nei settori High Tech.

Sono responsabile per lo sviluppo di progetti interattivi di marketing, strategie di sviluppo web, supporto consulenziale all'Internet Marketing per i clienti dell'agenzia (Nestlé, Buitoni, L'Oréal, Opel, WeBank, Tin.it...). Contemporaneamente ricopro il ruolo di Account Director per le attività di comunicazione tradizionale su Microsoft, Travelonline.it, We@bank (Banca Popolare di Milano) e altri clienti. Sono infine responsabile della partecipazione dell'agenzia ai progetti europei AMUSE (Interactive TV) e TRADE (e-commerce).

Nel 2000 divento Partner di Commstrategy, società di consulenza strategica per l'e-business. Responsabile della gestione di un gruppo di clienti e dello sviluppo delle attività di supporto strategico in ambito marketing e comunicazione. Tra i Clienti seguiti vi sono GSMBox, Euromobiliare, Andersen Consulting, Banca Intesa, SAI, Miaeconomia.com, ed altri.

Nel 2002 faccio il grande passo e inizio a lavorare come consulente indipendente di Marketing. Attività di gestione e sviluppo attività di Marketing, Marketing on line, Comunicazione. Tra i principali Clienti: Valtur, Renault, Aton, Format Unlimited, TOROC (Olimpiadi Invernali di Torino 2005), Prada Fragrances, Abm Italia, EuroPMI, Connexia Softpeople ed altri. In partnership con l'agenzia di packaging Chilli Design di Barcellona ho lavorato per Danone Spagna, Danone Austria, ONO ed altri progetti in via di sviluppo.

Dal 1994 mi occupo inoltre di formazione sui temi del Marketing, della Comunicazione, del Marketing Digitale.

Ho lavorato per: Sole 24 Ore Formazione, Scuola Superiore Reiss Romoli, Scuola Amministrazione Aziendale dell'Università di Torino, LUISS, Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano, Ateneo Multimediale Milano, Scuola Politecnica Design Milano, Formaper-Camera di Commercio di Milano, Omnitel-Vodafone, Telecom Italy Learning System ed altri.

Dal 1995 svolgo una intensa attività giornalistica. Sono giornalista pubblicista. Ho collaborato con la rivista Web Marketing Tools fino alla sua chiusura, poi con Media Forum, Net Forum, il Magazine femminile "D" di Repubblica, il sito Microsoft Dot Smart ed altre testate. Collaboro regolarmente con le riviste TV Key e Media Key ed ho una mia rubrica settimanale su Apogeo On Line. Sono coautore del libro "Content Management" pubblicato da Apogeo.

Principali Clienti - Pubblicità, Marketing, Formazione.

Tra i principali Clienti gestiti nella mia carriera in **agenzie di comunicazione** (attività tradizionali e online):

Agfa, Apple Computer, Beecham (Glysolid, Badedas, Macleens, Acquafresh), Benkiser, Bonomelli, Buitoni, Continental, Firestone, Gillette, L'Oréal, Microsoft, Motorola, Nabisco-Saiwa, Nestlé, Opel, Pepsi Cola, Purina, Quaker, Reckitt & Colman, Tin.it, WeBank (Banca Popolare di Milano)

Clienti in area Consulenza... tra i principali clienti:

ABM Italia – Mobili per giardino, casalinghi in plastica

AgiPro - Agenzia Stampa specializzata

Aton SpA – Soluzioni tecnologiche per la logistica

BeOltre - consulenza

Confindustria - Gruppo Giovani Imprenditori

Connexia Softpeople - Comunicazione

EuroGroup – servizi finanziari e consulenza per le PMI

Format Unlimited - Sviluppo Format Crossmediali

MiaEconomia - portale web

Microsoft

MSN.it - portale web

Prada Fragrances (Puig) Barcelona – profumi e prodotti di bellezza

Plush Design - Design e comunicazione, Barcellona

Renault

Stanley Tools – utensileria

TOROC (Olimpiadi Invernali di Torino 2005)

Valtur

Oltre ad altri clienti in area banking, assicurazioni, consulenza, comunicazione e IT su cui esistono vincoli di riservatezza.

In partnership con l'agenzia di packaging Chilli Design di Barcellona : Danone Spagna, Danone Austria, ONO.

Clienti in area Formazione:

Sole 24 Ore Formazione, LRA, Scuola Superiore Reiss Romoli, Scuola Amministrazione Aziendale dell'Università di Torino, LUISS, Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano, Ateneo Multimediale Milano, Scuola Politecnica Design Milano, Formaper-Camera di Commercio di Milano, Omnitel-Vodafone, Telecom Italy Learning System ed altri.

Contatto...

Grazie di essere arrivati fino a qui. Spero siate qui perchè quello che vi ho raccontato finora vi ha incuriosito.

Perchè vi ha interessato quello che potrei fare per voi. Perchè vi ho dato, per quello che può fare un sito, l'impressione di essere un potenziale partner per la vostra attività.

In realtà, è ovvio, ho solo dimostrato di saper (forse) scrivere in maniera convincente. Quanto alla concretezza e alla capacità di saper fare bene il mio lavoro... o chiedete in giro quello che si dice di me o dovete parlarmi per farvi una impressione più diretta.

A questo punto, proviamo ad entrare in contatto: se avete dei dubbi, delle curiosità, avete bisogno di ulteriori approfondimenti o chiarimenti, scrivetemi due righe - come si dice - senza impegno. Scrivetemi qui: roberto@venturini.biz

Già che ci siete, fatelo subito, una breve mail sarà sufficiente... Potremo poi, se serve, sentirci per telefono, Skype o in chat, per andare a fondo delle vostre tematiche e capire se posso davvero fare qualcosa di utile per voi. Vi risponderò nel giro di 24 ore.