



NASCE BEWE: LA SOLUZIONE SEMPLICE AL COMPLESSO PROBLEMA DEL SOCIAL MEDIA MARKETING

Dopo un anno di joint venture fra InnovaB, società di strategia e marketing per lo sviluppo d'impresa, e Beatal, giovane realtà specializzata nel social media marketing, è nata BEWE, società di consulenza per il digital e social media marketing.

Frutto dell'intuizione di quattro professionisti dalla variegata esperienza, BEWE fonde la ventennale expertise nel campo della consulenza di marketing strategico e innovazione di Maurizio Ferraris – già Marketing Manager per il Gruppo TasNch, VP di Etnoteam e manager in KPMG – e di Giovanni Frera – già Responsabile Digital Marketing per Qwentes e Archway e responsabile progetti di start-up in Etnoteam, Silcon Graphics e Presagis – con le competenze native digitali fortemente radicate nel mondo dei social media di Dario Manuli e Stefano Tonella, giovani imprenditori del web fin dall'avvento di Myspace con alle spalle importanti esperienze su clienti del calibro di Nokia e Rcs. Due generazioni a confronto accomunate dalla passione per il digital marketing, le tecnologie IT, le architetture web 2.0 e le applicazioni mobile.

BEWE si differenzia dagli altri operatori del settore perché integra competenze di marketing strategico, comunicazione e IT, garantendo la capacità di interpretare le esigenze e far dialogare fra loro in modo efficace aree dell'organizzazione aziendale che normalmente utilizzano linguaggi, fornitori e approcci diversi. Un valore aggiunto che ha già convinto aziende virtuose e capaci di innovare come Amadori, per cui BEWE ha indentificato le modalità di posizionamento e comunicazione sui canali web 2.0 per la linea 'I Cuor Leggeri', gestendo la campagna di lancio e le successive attività di relazione sui social media attraverso lo sviluppo di un sito e della fan page dedicati, oltre alle applicazioni per iPhone e iPad. Anche Pagliery Sell System si è affidata a BEWE per lo studio del posizionamento del marchio Miss Broadway sui social media e per la creazione di idee e

strumenti d'interazione con gli utenti target dei prodotti di make-up. La campagna, che ha visto il coinvolgimento di oltre 11.000 fan su Facebook che hanno votato il layout del nuovo packaging e scaricato i consigli e i video tutorial dei make-up artist coinvolti, ha dimostrato l'efficacia del marketing digitale rispetto ai più elevati investimenti di comunicazione sui mezzi tradizionali. Non solo B2C ma anche B2B con il progetto Agré International, azienda specializzata nella consulenza strategica per l'internazionalizzazione, che si è rivolta a BEWE per lo sviluppo di una piattaforma social di collaborazione e condivisione di informazioni fra il proprio team, i professionisti del settore e le aziende coinvolte in progetti di internazionalizzazione; una soluzione supportata da applicazioni di utilità per le attività svolte in mobilità e trasferita cross country accessibili anche da piattaforme mobile. Fra gli altri che hanno dato fiducia a BEWE vi sono anche Unicoop Tirreno, per cui è stata sviluppata la strategia evoluzione della presenza web legata a Carta Socio, e Warrant Group, per cui BEWE ha creato una piattaforma di comunicazione e accesso a tutti i servizi delle business area integrabile con i canali di collaborazione interna e i social media del mondo professionale.

Le attività di BEWE, grazie alla forte anima e competenza di architetture IT, si distinguono inoltre per l'utilizzo dell'innovativa piattaforma Mistral 12 su cui si basano i servizi di ascolto, gestione delle conversazioni e ingaggio social. Attraverso la piattaforma, BEWE è in grado di tracciare la rotta di prodotti e servizi nell'oceano di conversazioni che avvengono in rete, mettendo a frutto i risultati ottenuti per aiutare le aziende a costruire una relazione con i propri clienti attuali e potenziali grazie ai social media, rendendoli parte integrante del successo dei loro brand.

"Negli ultimi anni, in particolare dopo il boom di Facebook, le aziende si stanno rendendo conto dell'importanza di integrare un'efficace strategia di marketing digitale a fianco dei mezzi tradizionali. – spiega Maurizio Ferraris, Presidente di BEWE – I nuovi strumenti di comunicazione social permettono di andare a trovare i target di riferimento delle aziende nei 'luoghi' dove passano più tempo e i numeri ci dicono che bisogna essere presenti proprio lì! Anche se quasi tutte le aziende ormai dispongono di dati di monitoraggio della rete però, non sanno come 'leggere' le conversazioni per interpretarne le dinamiche e i fatti rilevanti; questo si traduce spesso in iniziative di ingaggio poco efficaci che possono vanificare il senso di una buona intuizione iniziale. Il valore aggiunto su cui BEWE vuole puntare, per organizzazioni complesse anche internazionali, è di saper integrare in modo efficace il processo di ascolto, l'interpretazione semantica, la lettura/analisi delle conversazioni e l'utilizzo delle relazioni con un'estrema flessibilità di configurazione dell'offerta: vogliamo aiutare i clienti a comprendere e beneficiare delle potenzialità offerte dal Social CRM."

Partendo dal monitoraggio e analisi della rete, BEWE offre dal servizio di consulenza strategica al supporto operativo nello sviluppo 'social' dei brand, creando e sviluppando piani di comunicazione e ingaggio che comprendono la creazione di community B2C e B2B, relazioni con la blogosfera locale e internazionale, applicazioni mobile e web, CRM semantico e altre iniziative integrabili nella realtà dei social media coerenti con i contenuti e gli obiettivi aziendali.

Grazie a BEWE le aziende non devono più preoccuparsi dei social media, ma solo goderne i benefici.