

INTERNET 'TAILOR MADE'

Axis Strategic Vision punta a conoscere profondamente le esigenze di comunicazione del cliente per sviluppare una corretta strategia on line. Le soluzioni che nascono da questo approccio sono tagliate su misura per il cliente e quindi hanno più possibilità di generare una comunicazione di successo.

Gianluca Filippi, amministratore unico di Axis, spiega che la mission dell'agenzia, nata nel 1997, è quella di fornire ai propri clienti servizi online ad alto valore aggiunto.

Come valuta l'evoluzione e il futuro della comunicazione online in Italia?

Internet costituirà sempre più uno strumento da integrare nel media mix aziendale. Da parte degli operatori del settore è sempre più necessario capire le esigenze di un'utenza sofisticata e aggiornata come quella che naviga su internet. Differenziarsi significherà saper selezionare l'offerta di contenuti in termini qualitativi evitando accuratamente di finire nella trappola dell'information overload.

Quali sono gli strumenti più efficaci che mettete a disposizione dei clienti per conoscere e individuare i target di riferimento?

Prima di tutto parliamo a lungo con il nostro cliente per capire quali siano i suoi obiettivi contingenti, legati al web, e come questi si integrino nella sua strategia complessiva. Dopo di che elaboriamo una serie di ipotesi di sviluppo che partono tutte dalla prospettiva del cliente finale cui l'iniziativa sul web sarà rivolta. Quando pensiamo che tre o quattro approcci siano i più adatti testiamo le singole ipotesi per vedere quale categoria di utenti si dimostra più ricettiva. Con questo approccio il target non viene scelto a priori sulla base di considerazioni astratte, ma individuato in base al comportamento dell'utenza stessa.

Sulla base di quali principi è possibile stabilire l'entità dell'investimento per una campagna di comunicazione online?

Anche se questo potrebbe andare contro i nostri interessi sconsigliamo il cliente di deci-



Andrea Pili (a sinistra) e Gianluca Filippi, rispettivamente direttore generale e amministratore unico di Axis Strategic Vision

dere a priori una cifra da dedicare al web. Cerchiamo sempre di capire come internet possa tornare utile al cliente e sulla base di varie considerazioni, budget totale per la comunicazione, obiettivi da raggiungere, esigenze di branding strategico e/o tattico e così via, decidiamo insieme quale approccio adottare.

Quali possono essere e come si definiscono gli obiettivi da raggiungere con una campagna di advertising online?

Molto spesso il cliente ha solo una vaga idea di cosa voglia ottenere dal web. Per questa ragione ci definiamo consulenti ancora prima che esperti tecnici di internet. La Rete può essere utilizzata per ogni finalità tipica della comunicazione classica. Notorietà del brand, lancio di un prodotto, consolidamento di una linea di business, ecc. Il maggiore vantaggio è che mentre

prima non sapevamo a chi si rivolgesse il 50% della nostra comunicazione, oggi internet ci permette di dare un volto al target di riferimento.

Cosa si intende, per creatività sul web? Quali sono i nuovi strumenti e spazi pianificabili, e quali le regole d'oro per dare un alto contenuto creativo ai messaggi?

Axis S.r.l. ha introdotto due anni fa in Italia lo Splash Ad, un rich media che oggi viene sempre più proposto dalle maggiori web agency. L'utente web ha bisogno di stabilire un rapporto dinamico con il mezzo internet, per cui anche l'occhio vuole la sua parte. Allo stesso tempo occorre evitare le due maggiori trappole del web, ossia l'invasività e la poca chiarezza dei contenuti. Lo Splash Ad è stato studiato appositamente per offrire un messaggio accattivante ma sobrio e discreto. I contenuti devono puntare alla semplicità ed essere integrati nelle soluzioni grafiche adottate per consentire all'utente di rispettare le proprie priorità informative.

Quali sono i servizi che offrite ai clienti?

I servizi variano dalla realizzazione del sito - aziendale, e-commerce, realizzato con tecnologia Flash, ecc. - alla implementazione di sistemi di Content Management, reti Intranet, Forum personalizzabili, Newsletter. In quest'ultimo caso abbiamo sviluppato un prodotto che consente di personalizzare facilmente contenuti e veste grafica anche da parte di un utente poco esperto. Stiamo inoltre specializzando nello sviluppo di applicazioni avanzate di Content Delivery multi piattaforma, ossia sistemi per il trasferimento dei dati Server - Client applicabili alla telefonia mobile di ultima generazione.

Cosa rende diversa la sua struttura rispetto ai concorrenti?

Il valore aggiunto che offriamo ai nostri clienti consiste nella eterogeneità delle competenze interne, che variano dalla consulenza classica alla programmazione sulle tecnologie Java, XML, PHP, ecc. Realizziamo inoltre solo soluzioni personalizzate costruite insieme al cliente che viene seguito in tutte le fasi della commessa, dalla progettazione all'analisi della soddisfazione del cliente finale.

CHI SIAMO

AXIS STRATEGIC VISION S.r.l.

Head Office

Via Azuni 46 Cagliari

Tel. 070 6402435 Fax 070 6403886

E mail: info@axis-sv.it web site: www.axis-sv.it

R&D Office Polaris

Loc. Piscinamanna 09010 Pula (CA)

Phone +39 070 9243 2285/2286

Fax 070 9243 2291

Composizione azionaria: Gianluca Filippi, Andrea Pili.

BOARD DI DIREZIONE

Gianluca Filippi, Andrea Pili.

NUMERI

Addetti: 15.

Fatturato: 500.000 euro.

CLIENTI

Agenzia del Lavoro - Regione Autonoma della Sardegna, Bresca Dorada, BIC Sardegna, Eko Group, FilmUp, Ludus, Osservatorio Industriale della Sardegna, Seaproject, Tiscali, Università degli Studi di Cagliari, World Travel Jet.

Qual è la tipologia dei clienti nel vostro portafoglio?

Abbiamo clienti istituzionali, quali l'Agenzia del Lavoro della Regione Autonoma della Sardegna e l'Osservatorio Industriale della Sardegna, ed importanti aziende sarde e nazionali che operano nei più disparati settori produttivi, dai servizi, al turismo, al commercio elettronico, all'Ict in generale, ecc.

La Pubblica Amministrazione e le piccole e medie imprese sono sicuramente il nostro target di riferimento.

Può segnalarci qualche case history di particolare successo e di grande impatto?

Axis ha collaborato con Renault Italia per la realizzazione di uno Splash Ad programmato sui maggiori portali italiani. Per Renault Italia si è trattato della prima forma di advertising interattivo - rich media - ideato esclusivamente per il web. Il format si distingue per la sua leggerezza e per l'elevata capacità comunicativa, risultando al contempo poco invadente anche agli occhi dei navigatori più esperti.