

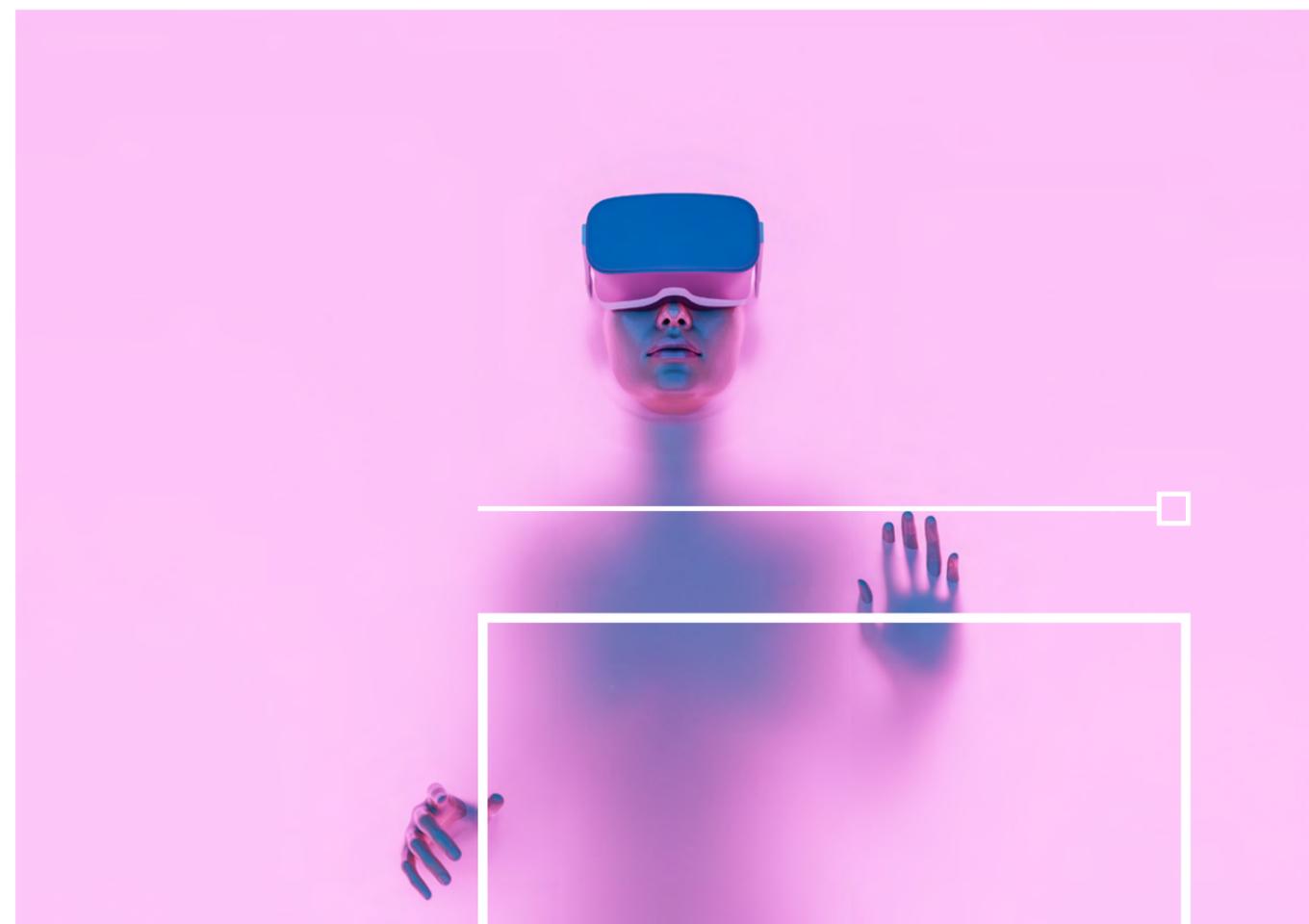
## DIGITAL. CORPORATE. MARKETING.



*Il design in  
assenza di  
contenuto non è  
design, è mera  
decorazione.*

JEFFREY ZELDMAN

v. 09/23



*Tracciamo le linee guida  
del marketing a impatto*

# IN COSA CREDIAMO

*Prima di tutto in noi stessi, nelle  
nostre capacità e intuizioni.*

Ci ispiriamo ai fondamenti dell'economia civile.

Il profitto è importante ma le nostre azioni sono guidate da un modello di impresa che pone al centro la persona e il bene comune.

Crediamo nelle opportunità del digitale, quando producono risultati tangibili per l'economia reale dell'impresa e della comunità alla quale appartiene.



## GENESI

*Abbiamo fondato Weevo nel  
2012 con l'idea di partecipare  
attivamente all'educazione digitale  
delle imprese italiane.*

Qualche anno è passato, l'idea è rimasta la stessa, ma lo scenario è cambiato e noi con esso.

Ora siamo un brand conosciuto e riconosciuto, che si identifica in tutte le tappe del suo percorso e nei valori che esprime quotidianamente.

# IL NOSTRO LAVORO

*Siamo progettisti e costruttori.*

## **PIANIFICHIAMO LA STRATEGIA PER LA PRESENZA ONLINE DELL'AZIENDA.**

Obiettivi, target, posizionamento, canali e azioni, contenuti e metriche per la verifica. E sì, anche il budget.

## **PRODUCIAMO I CONTENUTI CHE OCCORRONO. PER I MERCATI LOCALI E INTERNAZIONALI.**

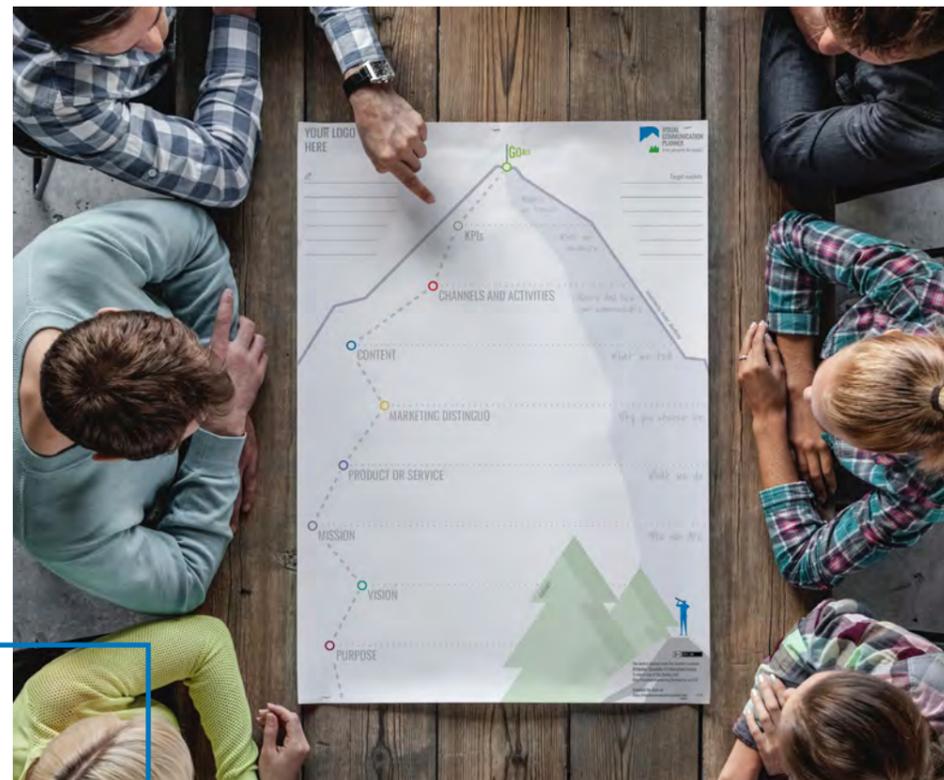
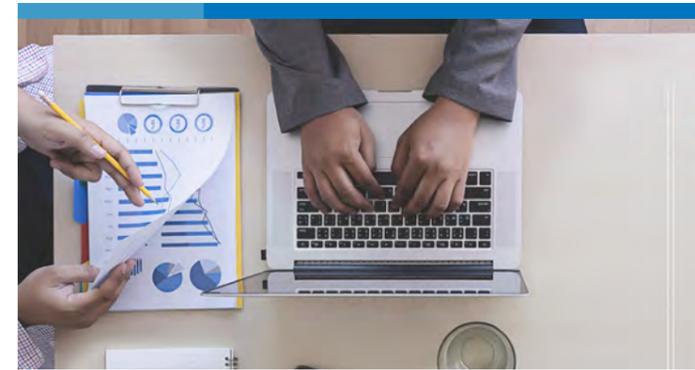
Siamo copywriter, editor, content e social media manager, giornalisti pubblicitari ed esperti di comunicazione.

## **METTIAMO SEMPRE IN CAMPO UNA RISORSA SENIOR CON COMPETENZE CONSULENZIALI E STRATEGICHE.**

Il suo ruolo è quello di anello di congiunzione tra il cliente e le competenze specializzate.

## **INTEGRIAMO CON SAPERI SPECIFICI.**

Visual, contenuti, sviluppo. Il gruppo di lavoro si completa con chi ha conoscenza ed esperienza specifica. Una combinazione efficiente, efficace e capace di adattarsi allo scenario culturale e tecnologico.



# L'OFFERTA

*Lavoriamo su tre direttrici che rappresentano l'evoluzione qualitativa della nostra organizzazione.*

## **COMUNICAZIONE CORPORATE**

Sosteniamo la tesi per la quale anche le PMI possono offrire soluzioni digitali e contenuti di qualità che facciano emergere i valori che le guidano.

## **MARKETING E COMUNICAZIONE STRATEGICA**

Aiutiamo le imprese a fare focus sugli elementi differenzianti che le caratterizzano. E a comunicarli.

## **EXPORT DIGITALE**

Abbiamo ideato un approccio alternativo ai mercati esteri per le aziende che intendono internazionalizzarsi.

# GLI AMMINISTRATORI E

# LA LORO DIREZIONE

**DAVID RIMINI**

**GABRIELE CARBONI**

## **VISIONE**

*Amplificare la percezione che le aziende italiane hanno del marketing e degli strumenti del web.*

## **MISSIONE**

*Pianificare, progettare, realizzare in ambito digitale a favore dell'economia reale.*



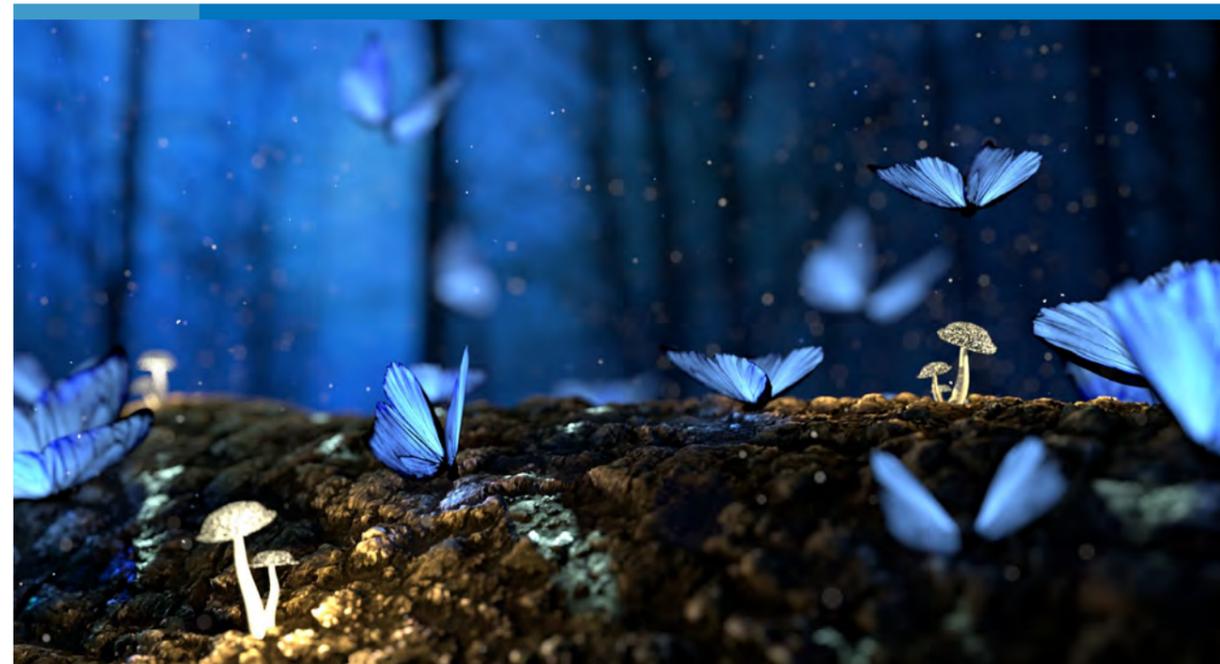
# IL BUSINESS RIPENSATO

## *Alla ricerca del purpose passando dal benefit.*

È sempre stato nel DNA della nostra azienda, la ricerca di un senso più ampio alle azioni ripetute giorno dopo giorno.

Nel nostro percorso professionale ci siamo accorti di avere i numeri per capire e interpretare cose dette con un filo di voce dalle labbra di molti imprenditori. Perché rispondere alla domanda **perché lo fai** per molti è più difficile di quel che sembra. La risposta è spesso pertinente ma disarticolata nell'esposizione.

Va smontata e ricostruita per renderne il significato.



In sintesi, una bella immersione nelle profondità dell'impresa per riscoprire le ragioni della sua esistenza e riportarle alla luce. Scoprendo che si vive di pane, ma anche di altro.

Porre di fronte un imprenditore a domande alle quali non aveva pensato, o delle quali aveva dimenticato gli interrogativi, genera una reazione positiva a catena. Gli effetti ricadono su tutti:

- ▶ la comunità: che riceve benefici da attenzione, donazioni e impegno civile di chi continua a fare business ma partecipa al benessere comune.
- ▶ L'ambiente: diventa un polo di attrazione per azioni concrete a beneficio di tutti e smette di essere la medaglietta da appoggiare alla coscienza per sentirsi in pace.
- ▶ Fare marketing strategico, sì, ma prima di tutto sano. Aumenta la soddisfazione nel comunicare da una parte, nell'acquistare dall'altra.

Comprendere che ci alziamo la mattina per qualcosa che va oltre il profitto cambia la prospettiva, cambia le aspettative. Cambia la vita. La cambia a noi e a chi ci sta intorno.

Diventa ispirazione a lungo termine.

Nel quotidiano aiutare gli altri abbiamo deciso che anche noi dovevamo fare un passo importante: nel 2021 siamo diventati **Società Benefit**, per trovare quel senso più ampio che da sempre cerchiamo. Come organizzazione e come persone.

# PHILIP KOTLER E NOI

*La via del marketing strategico porta a quello virtuoso.*

Nel 2016 pubblichiamo il primo e ancora unico libro sul tema dell'Export Digitale dal titolo "Strategie web per i mercati esteri", edito da Hoepli.

Nel 2017, al World Marketing Summit italiano, ci sono concessi quindici minuti per intervistare il padre del marketing moderno, Philip Kotler. Un'occasione imperdibile. Durante l'incontro gli sottoponiamo il libro, il Visual Communication Planner e una versione embrionale del Marketing Distinguo, diventato poi un mazzo di carte premiato tra le migliori innovazioni di marketing del 2019. Il riscontro è immediato, ed è anche lusinghiero: «Le piccole medie imprese e le grandi aziende dovrebbero sfruttare i vantaggi del web marketing, e dovrebbero leggere questo libro per comprendere il potenziale dell'export digitale».

È l'inizio di uno scambio quotidiano sui temi del marketing e del suo necessario cambiamento in leva per la sostenibilità. E di una collaborazione ricca di iniziative e progetti congiunti tra i quali la pubblicazione di "Essentials of Modern Marketing - Italy Edition" nel 2021. Il volume raccoglie le storie, i modelli di business e i casi di successo delle aziende italiane che hanno fatto loro i principi del marketing virtuoso e sostenibile.

Nel 2022 Kotler Impact, società fondata dal professore, pubblica "A new path to digital marketing" di Gabriele Carboni, proprio con la prefazione di Philip Kotler.

Sempre nello stesso anno, apre KCBS: Kotler-i Carboni Business School of Impact Marketing. La prima business school al mondo sul marketing a impatto, con sede nel metaverso.





# STRATEGIE E STRUMENTI



## LE PMI E LA COMUNICAZIONE CORPORATE

ORGANIZZAZIONI RILEVANTI NEL LORO CONTESTO CHE FATICANO A COMUNICARE

*Le piccole e medie imprese sono sempre impegnate “sulle barricate” e capita che perdano di vista lo scopo originale dell’impresa stessa.*

La comunicazione aziendale è uno dei fattori chiave che determinano se le aziende prosperano o falliscono. Incide sulla produttività, l’innovazione, la consapevolezza del brand e altro ancora. Una solida comunicazione aziendale è una delle tessere del mosaico che chiamiamo successo, in alcuni casi sopravvivenza.

Nel concreto, possiamo dire che in questo momento storico gli utenti scelgono prodotti e servizi non più sulla base del carico pubblicitario di cui sono oggetto ma della consapevolezza che riescono a raggiungere sui brand. Le aziende che comprendono questo meccanismo e modificano la loro comunicazione agevolando l’utente in questo processo, sono destinate a creare relazioni con i loro clienti più profonde di quelle che non lo comprendono. Cosa vuol dire esattamente?

La risposta è: entrare in sintonia con gli ideali dei clienti invece che tentare di vendergli qualcosa così come lo intendiamo tradizionalmente.

La domanda successiva è: come? Rivedendo la visione che abbiamo del consumatore e lavorando sulla reputazione. In un recente passato il concetto di reputazione era territorio solo dei big.

Le grandi aziende, da un certo punto in avanti, hanno cambiato impostazione e sono passate da un modello di comunicazione unidirezionale a quello che prevede di instaurare una conversazione con il pubblico. L’evoluzione digitale ha spietatamente imposto questo cambiamento anche alle piccole e medie imprese.

L’unica cosa che possono fare è comunicare in modo trasparente chi sono, cosa fanno, perché lo fanno e quali sono le loro posizioni sui temi di interesse generale che possono avere un impatto sugli stakeholder ai quali si rivolgono. È la sfida del momento, è un cambiamento avvenuto, e chi decide di ignorarlo continuando per la vecchia strada non potrà che pagarne le conseguenze.

Le persone acquistano e raccomandano fidandosi più della percezione che hanno dell’azienda - o brand - che del prodotto.

E qui, arriva puntuale la terza domanda: come posso intervenire sulla percezione dei miei clienti, o potenziali, se il budget che ho a disposizione è quello di una PMI e non una multinazionale? Non è una questione di budget, o almeno non lo è nella stragrande maggioranza dei casi.

È una questione di pensiero, filosofia, mentalità, concezione, orientamento. Possiamo chiamarlo con tutti i sinonimi disponibili, oppure dire semplicemente che è la propensione a cambiare impostazione e riscoprire i valori originali e fondanti dell’organizzazione. Ritrovare lo scopo e comunicarlo con ampiezza, trasparenza e differenziazione del messaggio.

Ecco a cosa serve la comunicazione corporate.

## ANCORA BENEFICI

LA COMUNICAZIONE CORPORATE NON AIUTA SOLO A VENDERE

*Comunicare visione e obiettivi non è solo un mezzo per ottenere consensi dal mercato. La platea degli stakeholder è ampia e nessuno di loro è da trascurare. Comunicare verso l’interno e incoraggiare i collaboratori a condividere e discutere le iniziative di innovazione migliora la produttività. L’attrazione di talenti è un altro dei punti nevralgici, le aziende hanno successo perché le persone ci lavorano.*

NON È FACILE FERMARSI QUANDO IL RITMO INCALZANTE DELLA QUOTIDIANITÀ CI TRASCINA MA È IN QUEL MOMENTO CHE SI PERDE LA GRANDE OCCASIONE DI DIRE A TUTTI CHI SIAMO.



## DRUPAL? OUI, C'EST MOI

### QUANDO IL COMPLESSO DIVENTA LINEARE

INVESTIRE RISORSE E DENARO PER UN SITO WEB È UN PASSO IMPORTANTE. DIFFIDATE DA CHI SOSTIENE CHE UNA SOLUZIONE VALE L'ALTRA.

*Poter organizzare, modificare, pubblicare una grande quantità di contenuti sul web prevede una scelta di campo importante: quale piattaforma adottare. Noi ti parleremo sempre del CMS Drupal.*

Drupal è un CMS Open Source di classe enterprise, l'acronimo sta per Content Management System. Tradotto, un sistema per la gestione dei contenuti.

Quali? Tutti quelli che hai, tutti quelli che ti occorrono: testi, video, audio. Con Drupal realizziamo i siti web che progettiamo, lo abbiamo eletto anni fa quale prima scelta per svariati motivi. Andiamo per ordine: è Open Source, scritto in PHP e distribuito con licenza GNU GPL. Non c'è una licenza da pagare ma può contare su una community di altissimo spessore - internazionale - che lo aggiorna costantemente. Il sito realizzato con Drupal è tuo e non dell'agenzia che te l'ha venduto.

È di classe enterprise, è la prima scelta delle amministrazioni pubbliche, delle grandi aziende e delle Istituzioni in generale.

Non teme la complessità, molte organizzazioni lo usano per le loro installazioni multisito o multibrand, per distribuire contenuti su aree geografiche diverse sfruttando un unico database.

Le sue funzionalità native multilingua e multi-regionali fanno di questo CMS un vero hub della comunicazione che

semplifica anche le attività quotidiane degli amministratori e redattori. Questi ultimi possono essere organizzati con utenze e ruoli secondo necessità.

Drupal è integrabile con una moltitudine di applicazioni aziendali impiegate nell'attività quotidiana: gestionali, CRM e commerciali, database, marketing, comunicazione. Trovare dei limiti a questa piattaforma è un'impresa ardua.

Alla sua estesa capacità di integrazione fa eco un'altissima scalabilità in più direzioni: non teme picchi di traffico, non ci sono limiti di creazione di contenuto, e di tipi di contenuto. È modulare perché consente interventi post rilascio per l'aggiunta di funzionalità e add-on, senza incidere sull'architettura esistente, anche dopo svariati anni.

Un altro importante valore differenziante tra Drupal e i suoi concorrenti, sono proprio i tipi di contenuto. Possiamo progettare e costruire "tipi di contenuto" infiniti. Pagine base, schede prodotto, progetti, casi di studio, categorie, anagrafiche, articoli, news, eventi, calendari, slide. Potremmo continuare, senza soluzione di continuità, e decidere se sono contenuti di dettaglio, quindi titolari di un URL, oppure se sono entità che non generano URL.

L'approccio metodologico per sviluppare un progetto con Drupal è indubbiamente più articolato, ma questo non deve spaventare. Una sana attività di project management e la profonda conoscenza dello strumento sono tutto quello che occorre per servirvi al meglio.

## ANCHE E-COMMERCE

### DRUPAL, IL CMS SENZA LIMITI

*Drupal non è Magento, non è Prestashop, e non è nemmeno Shopify. È una piattaforma che nasce per la gestione dei contenuti prima che per la vendita online. La sua grande scalabilità e possibilità di personalizzazione unite all'uso del modulo Drupal Commerce, lo trasformano in un eccellente e-store.*



# FLASHBACK A VALORE AGGIUNTO, PER FARSI UN'IDEA IN CONCRETO



## SYCARR

*Specialisti del sollevamento, a noleggio e vendita. Iper precisi, super attenti, con tanti clienti nazionali e internazionali. Sul web occorre un revamp funzionale e spazio alla loro storia.*

Ascoltare Bruno Migliori è un piacere, raccontarne la vita ancora di più. Gli onori di casa li fanno i figli, Elisabetta e Francesco, e dopo aver rotto il ghiaccio con i primi minuti di intervista capiamo di trovarci di fronte all'ennesimo caso di azienda italiana, che ha sfidato corsi e ricorsi storici, arrivando a noi in splendida forma fisica e di intuito per le scelte del prossimo futuro.

Tra queste c'è quella di cambiare abito al sito aziendale. Sul tavolo ci sono questioni tecniche alle quali dare risposta e altre che emergono man mano che pennelliamo sulla tela tutte le possibilità di questo progetto. In sintesi, c'è un gestionale con il quale dobbiamo stabilire un contatto, presentarci come si deve per ottenere i dati che popolano le future schede tecniche.

**UN SITO COSÌ BELLO CHE VIENE VOGLIA DI COMPRARE UN CARRELLO.**

Si aggiunge la voglia di comunicare oltre il prodotto, perché dietro a carrelli e piattaforme ci sono persone con valori solidi come la roccia. Rappresentare entrambi è tanto doveroso quanto utile. Il nuovo sycarr.it soddisfa il palato esigente dei rivenditori di settore, risponde alle istanze delle aziende private che cercano il transpallet al giusto prezzo. Spezzoni di video come sfondo negli header impreziosiscono il template disegnato per l'occasione.



### L'obiettivo da raggiungere

Consegnare all'utente in navigazione un'interfaccia di rapida comprensione, semplice nella navigazione, con possibilità di contatto diversificati per area di interesse e servizio.



### Una nuova esperienza

C'è spazio per tutto in questo Drupal, anche per il confronto tra noleggio e vendita in due click. E poi chiedere una quotazione per il proprio usato o fissare video call per visionare un mezzo.



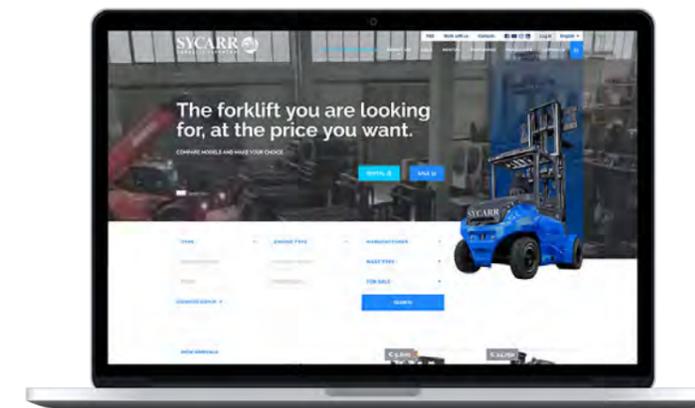
### Cosa abbiamo fatto

Una nuova architettura informativa che bilanciasse business e persone, testi e visual coerenti con il nuovo corso, area privata personalizzata, carrello e un catalogo filtrabile degno di nota.



### Il risultato sotto gli occhi di tutti

La nuova architettura accompagna l'utente alla scoperta di una piattaforma generosa di informazioni, funzionale per le esigenze e ricca di elementi valoriali.



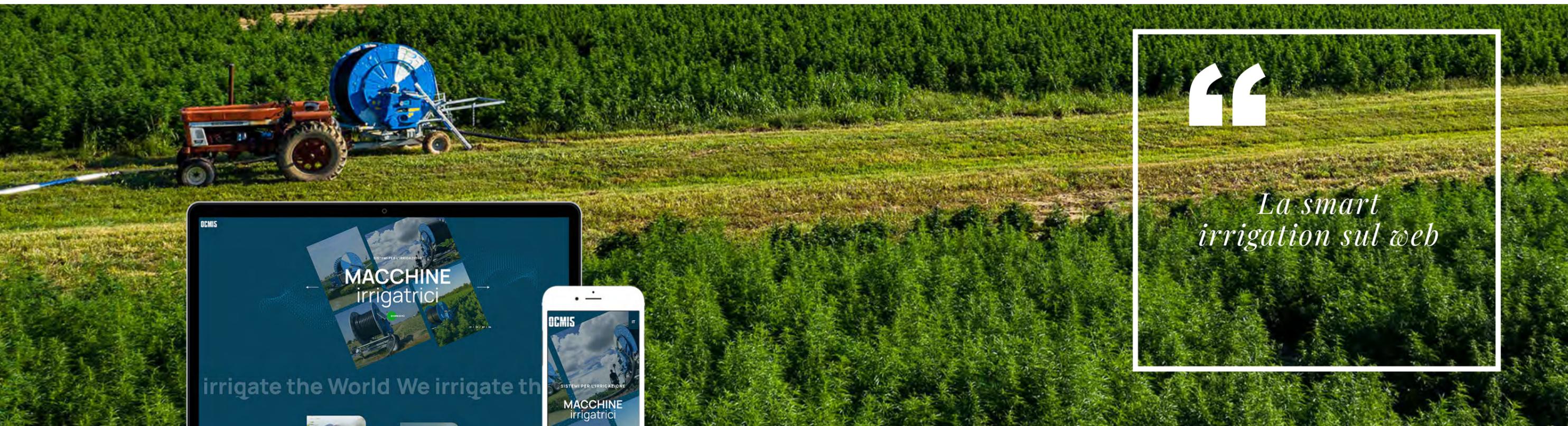
MARKETING DISTINGUO

ARCHITETTURA  
INFORMATIVA

COPYWRITING

DRUPAL

SYSTEM INTEGRATION



# OCMIS

## IRRIGATE THE WORLD

*Un purpose granitico da comunicare, un rilevante cambio di paradigma commerciale da diffondere. Contribuire al cambio di passo di organizzazioni così rilevanti non ha prezzo.*

OCMIS è un'azienda che anticipa i tempi e obbliga i competitor a inseguirla senza mai raggiungere i suoi risultati. È una questione di innovazione tecnologica, certo, ma soprattutto di scopo. Il punto è che fino al nostro arrivo questo scopo lo conoscono solo internamente senza mai dividerlo con i loro stakeholder.

Durante le interviste raccogliamo, e cogliamo, la profondità del messaggio. E mentre si snoda il pensiero appare sempre più chiaro, ancora una volta come se ce ne fosse bisogno, che esiste un divario tra aziende guidate da un purpose e quelle alle quali manca.

Dalle interviste si passa ai report, dai report alla stesura dei contenuti, dai contenuti alle bozze grafiche e infine appaiono back-end e front-end, rigorosamente in Drupal. La piattaforma è ricca di soluzioni ricercate, sottigliezze per alcuni ma qui la forma è sostanza e crea quella differenza tra loro e il resto del mondo. Sei lingue compreso il russo, catalogo prodotti gestito con viste e selettori e un visual elegante che trasmette coerenza valorizzando il contenuto testuale e fotografico.



L'obiettivo da raggiungere

Lanciare un forte segnale di discontinuità rispetto al passato digitale dell'azienda e presentarsi con la livrea che si addice al ruolo di player al vertice del settore.



Cosa abbiamo fatto

Disegnato una nuova architettura informativa, scritto i contenuti, realizzato una piattaforma in sei lingue. Portato alla luce una verità inespresa.



Una nuova esperienza

Sempre segmento B2B, stavolta settore irrigazione agricola. Come altri, questo mondo vive un grande cambiamento. C'è chi usa il tablet e chi no, abbiamo pensato a entrambi.



Il risultato sotto gli occhi di tutti

Chiaro, intuitivo, bello, full responsive, corporate quanto basta con il purpose in prima linea. Questo è quello che appare all'utente in visita, il back-end ha gli stessi pregi.



## HOFMANN EQUIPMENT

*Alcuni progetti hanno il pregio di iniziare in un modo e terminare in un altro. Sta a noi trasformare l'imprevisto in opportunità.*

Il brand Hofmann appartiene alla scuderia Snap-On e tra i suoi principali prodotti ci sono equilibratrici, smontagomme e ponti sollevatori usati da moltissimi gommisti. Presenti con i loro prodotti nei Paesi di tre quarti della terra ferma che costituisce il pianeta, la loro presenza sul web, quando li abbiamo incontrati, era pronta per una ristrutturazione importante.

Un revamp tecnologico, contenutistico e di impostazione strategica.

Tecnologico perché, nonostante l'infrastruttura IT dell'intero gruppo (tutti i brand quindi) fosse su base Microsoft, un passaggio a tecnologia Linux sarebbe stato salutato con entusiasmo.

**UNA MULTINAZIONALE STATUNITENSE CON PIÙ DI DIECI BRAND ATTIVI ED ESIGENZE PRECISE ALLE QUALI DARE UNA RISPOSTA.**

Dal punto di vista contenutistico si trattava di recuperare e permettere una gestione autonoma del database prodotti e accessori che fino a quel momento era in mano a un grande rivenditore tedesco. L'impostazione strategica riguardava la distribuzione dei contenuti: era necessaria una struttura web multiregionale e multilingua con la quale operatori dislocati nelle varie sedi potessero inserire e aggiornare prodotti localizzati e personalizzati dal punto di vista tecnico per il loro mercato.



### L'obiettivo da raggiungere

Unificare l'infrastruttura web per i mercati EMEA, LATAM, NAFTA, APAC con un alto grado di flessibilità nella gestione locale delle varianti di prodotto.



### Cosa abbiamo fatto

Un sito web multiregionale e multilingua in Drupal con database centralizzato e gestione delle varianti per singola area, back-end interamente tradotti.



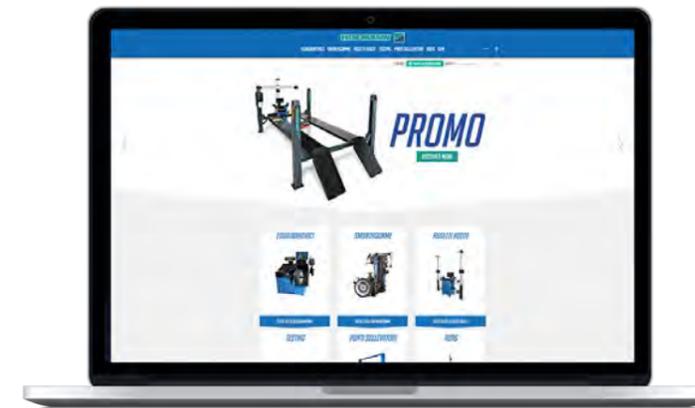
### Una nuova esperienza

Un sito B2B puro, pensato per l'utente, semplice da navigare e con una architettura informativa immediata. La totale autonomia nella gestione di qualsiasi tipo di contenuto.

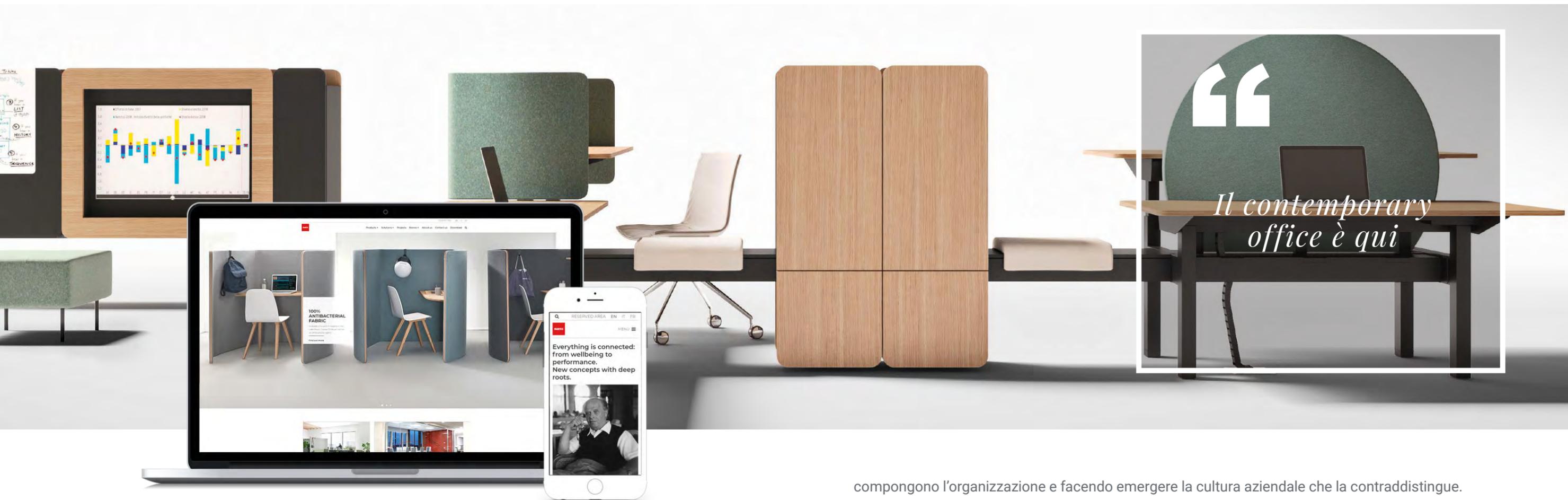


### Il risultato sotto gli occhi di tutti

Template unico full responsive per tutte le aree geografiche. URL personalizzati per singolo mercato ma con unico nome a dominio per tutti i Paesi.



ANALISI E STRATEGIA  
DRUPAL  
SYSTEM INTEGRATION



## MARTEX

### PERSONE, DESIGN, FILOSOFIA

*Progettare arredi per l'ufficio secondo criteri olistici: una storia raccontata bene.*

Il messaggio di Martex è semplice e diretto, fare focus sul benessere di chi vive l'ufficio. La loro concezione di design trascende l'aspetto degli oggetti perché è una sensazione del corpo. Come l'individuo percepisce quel prodotto, in quello spazio. Per chi

lavora in Martex, il design è un'esperienza individuale nella quale funzionalità ed estetica raggiungono un equilibrio perfetto.

Questo, e altri concetti di spessore, fanno bella mostra sul sito web aziendale quando li incontriamo nella loro sede di Pordenone.

La richiesta che riceviamo è quella di sederci vicino a loro e pianificare un piano editoriale per una nuova sezione del sito alla quale stanno pensando. Si tratta di un blog.

Ma con noi diventa molto di più: il punto d'appoggio per una strategia di comunicazione mirata a costruire nuove relazioni, dando voce alle persone che

compongono l'organizzazione e facendo emergere la cultura aziendale che la contraddistingue.

Così nasce "Temi", un'oasi che ispira riflessioni su argomenti di design d'ufficio e benessere per le persone che ci lavorano.



L'obiettivo da raggiungere

Comunicare l'identità aziendale, diffondere i valori che guidano l'azienda, sviluppando nuove relazioni con gli interlocutori che vi si riconoscono.



Una nuova esperienza

Il blog "Temi" è la risposta a una maggiore sensibilità emersa per la comunicazione d'impresa destinata ad abbracciare una pluralità di stakeholder, non solo i clienti.



Cosa abbiamo fatto

Il primo passo è stato pianificare. Abbiamo scelto il tono di voce, gli argomenti da trattare, prodotto gli abstract illustrativi e il calendario editoriale.



Il risultato sotto gli occhi di tutti

Un nuovo punto di contatto tra organizzazione e stakeholder che usa la voce dell'anima e del pensiero di chi, tutti i giorni, lavora al benessere delle persone.

Cerca il tuo .it

Il Registro è l'anagrafe dei domini Internet .it, la targa Internet dell'Italia.

Soltanto qui è possibile chiedere, modificare o cancellare uno o più domini .it

LOOK&FEEL E LINGUAGGIO VISIVO CHE REGALANO UN'ESPERIENZA DIGITALE MIGLIORE E RADICALMENTE DIVERSA DAL PASSATO.

## REGISTRO.IT

*Con i suoi 150.000 visitatori unici al mese, l'anagrafe dei domini .it è la piattaforma più fruita in Italia per la verifica della disponibilità di un nome a dominio grazie alla funzione "Whois".*

All'infrastruttura istituzionale è affiancata quella di unnomeunsogno.it, dalle caratteristiche tipicamente content-oriented, che risponde alle esigenze di promozione del Registro. Questa dicotomia rischia però di produrre, sul lungo periodo, risultati penalizzanti in termini di traffico veicolato tra l'ambiente dove avviene il racconto di un'esperienza e quello più concreto dove si quantificano le attività e si offre un servizio.

Infine, non meno importante, è venuto il momento di intervenire su Registro.it per garantire gli standard di fruibilità a tutte le categorie di utenti rinnovando l'architettura informativa e il layout grafico dell'interfaccia utente.

La collaborazione tra Registro.it e Weevo inizia con la vittoria di un bando.

Inseriti in un contesto più ampio di attività di promozione del brand, il sito web è la prima tappa di un percorso triennale fatto di roadshow ed eventi educativi/formativi, destinato a toccare le principali città italiane. Il rilascio del nuovo sito è la chiave di avvio di questo itinerario.

A noi è affidata la gestione del progetto web, il coordinamento del team di lavoro e le attività di sviluppo della nuova piattaforma, rigorosamente in Drupal 8.



L'obiettivo da raggiungere

Un sito web per veicolare i contenuti istituzionali, tecnici e promozionali dell'Ente. Offrire una navigazione intuitiva su tutti i device. Conservare il posizionamento acquisito sui motori di ricerca.



Una nuova esperienza

Costruire un dialogo e ispirare fiducia riducendo le distanze tra Ente e utenza.



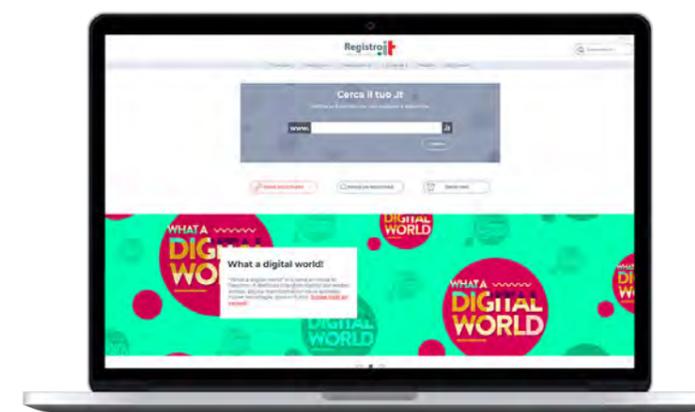
Cosa abbiamo fatto

Coordinato un gruppo di lavoro composto da alcuni tra i migliori professionisti del loro settore. Sviluppato back-end e front-end della nuova piattaforma con il Content Management System Drupal 8.



Il risultato sotto gli occhi di tutti

Il nuovo sito di Registro .it ha un design fresco, un'interfaccia utente facile da usare, che valorizza i nuovi contenuti e riporta al centro le persone e le loro domande.

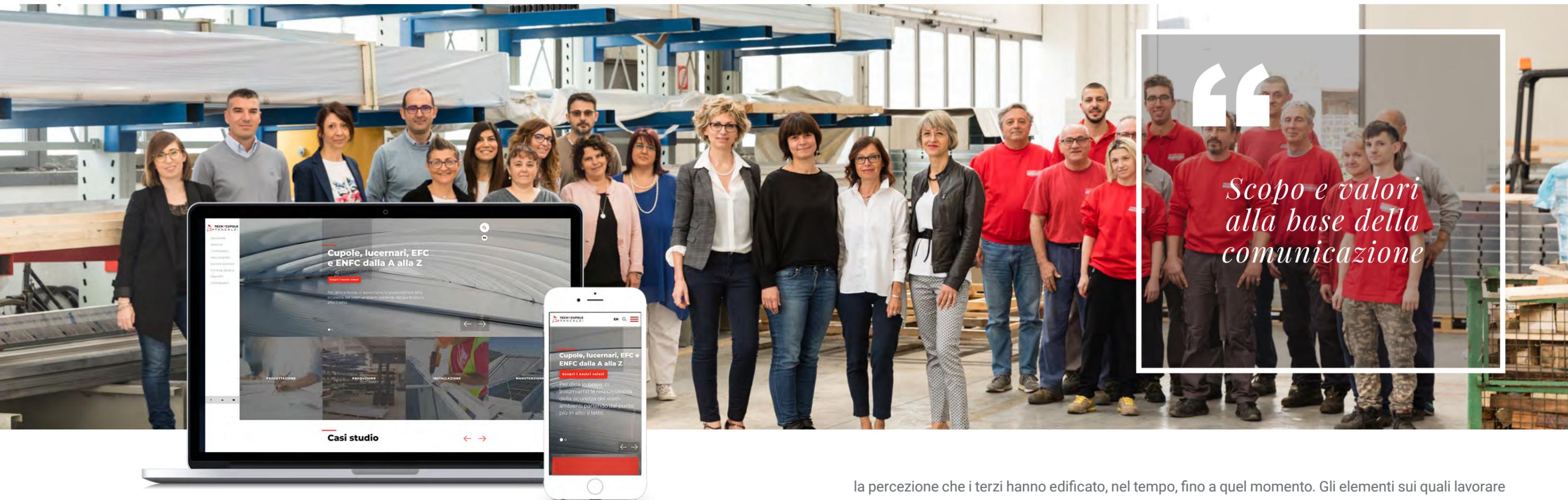


PROJECT MANAGEMENT

SVILUPPO

CMS DRUPAL

CONTENUTI



# TECNOCUPOLE PANCALDI

## DONNE AL COMANDO

*Un rebranding evolutivo per raccontare sempre la stessa storia? Sì, ma con parole e immagini nuove.*

Questa è la storia di quattro cugine. E già la cosa si fa interessante. Quando poi si scopre che queste quattro cugine, dirigono in quel di Castel San Pietro - appena fuori Bologna - un'azienda che progetta e produce sistemi di illuminazione, ventilazione ed evacuazione naturale di fumo e calore, la nostra curiosità diventa desiderio di saperne di più. Il fatto vuole che veniamo accontentati.

Già dalle prime battute il progetto si presenta articolato, con snodi che indirizzano ben oltre la rivisitazione di un vetusto sito web. Nel calderone delle informazioni raccolte finiscono la necessità di ricostruire l'immagine dell'organizzazione, modificarne

la percezione che i terzi hanno edificato, nel tempo, fino a quel momento. Gli elementi sui quali lavorare sono molti: le origini dell'organizzazione, i cambi generazionali che sono intervenuti, le evoluzioni e innovazioni tecnologiche di un settore fortemente legato alle materie plastiche. Le aspirazioni, i valori mai abbandonati e trasmessi da padri in figlie, da zii a nipoti.

Così, armati di carta, penna e calamaio diamo inizio a un nuovo episodio della serie "dal brand al sito web".

- ✓ **L'obiettivo da raggiungere**  
 Un nuovo sito web che comunichi l'identità dell'organizzazione e risponda alle aspettative di tutti gli stakeholder con il messaggio corretto per ognuno di loro.
- ✓ **Cosa abbiamo fatto**  
 Sessioni di intervista con il management, elaborazione dell'architettura informativa e del nuovo albero menù, layout grafico, produzione dei testi, sito web in Drupal.
- ✓ **Una nuova esperienza**  
 A lavoro terminato, Tecnocupole Pancaldi esprime i suoi valori con un tono nuovo. La percezione negativa per alcune rigidità aziendali è diventata valore aggiunto.
- ✓ **Il risultato sotto gli occhi di tutti**  
 Un look&feel fresco e testi ad hoc fanno miracoli. Anche per gli evacuatori di fumo e calore. Il gioco di correlazione prodotti/progetti è un ulteriore servizio agli utenti.



**WEEVO**  
SOCIETÀ BENEFIT

# ASSOCIAZIONI, PARTNER E AMICI



ASSOCIATO A  
**CONFINDUSTRIA EMILIA  
AREA CENTRO**  
Le imprese di Bologna,  
Ferrara e Modena



# CONTATTI

Sede di Vignola (MO)

059 83 99 333

Sede di Castiglione delle Stiviere (MN)

0376 67 37 10

[informazioni@weevo.it](mailto:informazioni@weevo.it)

[www.weevo.it](http://www.weevo.it)