

Praesidium

PRAESIDIUM VA IN RETE CON UNA STRATEGIA DIGITAL ALL'AVANGUARDIA

di Massimiliano Cannata

All'indirizzo www.praesidiumspa.it
il nuovo sito di Praesidium S.p.A.



Rafforzare le attività di comunicazione e la presenza sui new media. Informare gli utenti/clienti con chiarezza, semplicità e trasparenza sull'offerta di Praesidium S.p.A. e nello stesso tempo rafforzare la brand identity al fine di assumere un ruolo sempre più importante all'interno del sistema Federmanager. Sono questi gli obiettivi principali che hanno ispirato il nuovo portale (realizzato dall'agenzia milanese Brand) della società nata dalla joint-venture tra Federmanager, Assidai e AON Italia allo scopo di offrire ai manager le soluzioni più adeguate per coprire i loro rischi all'interno dell'azienda, nel percorso professionale e nella vita privata. "La Rete - ha raccontato il Presidente Bruno Villani dando il via al primo clic - offre oggi alle aziende la possibilità unica di comunicare se stesse in maniera originale e flessibile. Noi abbiamo la volontà di continuare a investire per valorizzare appieno le potenzialità interattive e multimediali dell'infrastruttura digitale che abbiamo realizzato. Importante sarà lo scambio che si instaurerà con i fruitori e clienti, con cui intendiamo interagire attraverso una 'agorà' aperta al dialogo e pronta a recepire stimoli e suggerimenti". Internet, ha proseguito Villani, è realmente - come sostengono molti linguisti e semiologi - "il mondo rifatto con i materiali della comunicazione dentro il quale dobbiamo saperci muovere da protagonisti. Abbiamo in mano uno straordinario mezzo per venire in contatto con un numero molto significativo di End Users, che con motivazioni diverse sono interessati alla nostra offerta, e possiamo comunicare in modo per-



*Bruno Villani,
Presidente
Praesidium*

sonalizzato con ciascuno di essi. Lo faremo al meglio delle possibilità, in quanto il nostro scopo rimane quello di rafforzare il rapporto con le aziende incarnando sempre di più il ruolo di 'Welfare Specialist', oltre che di broker assicurativo". Dare impulso al welfare individuale nella dimensione di una sempre più avvertita prossimità con il cliente finale, ha concluso Villani, "consentirà di far crescere Praesidium e nello stesso tempo di dare valore alla Federazione di cui facciamo parte. In virtù di queste riflessioni, mi sento di affermare che sul triplice fronte dell'architettura relazionale-

le, della qualità dei contenuti multimediali e del carattere innovativo dei linguaggi finalizzati alla comunicazione e al marketing, abbiamo messo a disposizione degli utenti uno strumento al passo con i tempi”.

LA “GALASSIA INTERNET”

Quanto Manuel Castells aveva in anticipo descritto nel suo libro “Galassia Internet” si è puntualmente realizzato: la Rete appare sempre più come uno spazio dell’abitare, come un luogo in cui sperimentare nuove pratiche del quotidiano, nuove modalità di aggregazione e diverse forme di relazione. Bisogna partire da qui per interpretare le funzioni più interessanti di uno strumento che non finisce di stupire e affascinare miliardi di navigatori in tutto il pianeta.

Va detto che nonostante l’accentuata eterogeneità e dinamicità delle forme assunte dai siti, si evidenzia sempre più una tendenza evolutiva che ha determinato il salto di qualità. Chi si collega non si trova di fronte a vetrine statiche di offerte e prodotti, come si è verificato nella “prima stagione” di Internet; piuttosto ciascuno di noi sperimenta la flessibilità di uno strumento che oltre a soddisfare i fabbisogni economici, finanziari e di comunicazione che caratterizzano le diverse Business Unit di un’azienda, consente di amplificare le strategie di Customer Relationship Management, dando ossigeno alla leva del business.

Oggi web, digital marketing, social sono i contesti di comu-

nicazione virtuale più complessi e diffusi, in qualche caso ancora sottovalutati da molte realtà aziendali italiane. Considerato che esistono diverse tipologie a seconda del grado di tecnologie adottate dall’impresa e del livello di orientamento all’e-business, il nuovo sito di Praesidium si colloca a un livello elevato in quanto prevede, parallelamente all’originaria attività tradizionale (off line) di comunicazione e informazione portata avanti da dipendenti e consulenti, lo sviluppo del business anche attraverso il mercato virtuale. È infatti tramite l’adozione di una logica interattiva, di un’interfaccia coerente con la corporate identity, incrementando le capacità relazionali, che il sito assume un rilievo strategico, rispettando la cosiddetta “Trinity” scandita da Chris Mayer nel celebre saggio “Blur”: velocità, immaterialità, interconnessione.

Se, come suggeriva la saggezza antica di Seneca, “la parola è immagine dell’anima: quale è la vita, tale è la parola”, questa sete di trasparenza e di autenticità di cui già allora si sentiva forte l’esigenza nella info-society è destinata a realizzarsi nella dimensione del digitale, ambito in cui azienda e clienti stipulano un patto di reciproca conoscenza e fiducia. Praesidium questo patto lo ha stipulato ed intende mantenere tutte le promesse, secondo i parametri più rigorosi ed elevati, sempre nella piena adesione ai propri valori fondanti: eticità professionale, trasparenza e onestà intellettuale, unitamente al rispetto delle persone, dei clienti e dei fatti.