

CONTEMPORARY MARKETING

LOVEMARK UNA STORIA ITALIANA CHE PIACE ANCHE OLTRE CONFINE

ANALISI E STRATEGIA SONO LE COLONNE PORTANTI DELLA DIGITAL AGENCY GUIDATA DAL CEO LUCA CATELLANI, CHE CRESCE IN ITALIA E ALL'ESTERO GRAZIE A UN APPROCCIO FLESSIBILE E A UN RANGE DI COMPETENZE CHE VANNO DAL WEB DESIGN, ALLA DATA ANALYSIS, ALLA SEO

Definire strategie efficaci per il raggiungimento dei propri obiettivi di marketing con il massimo ROI è un impegno che tutti gli operatori si prefissano, ma che richiede competenze diverse che lavorano insieme. Valorizzare il potenziale della comunicazione digitale mettendo a servizio delle aziende clienti competenze che spaziano dal web design, alla data analysis, fino alla Seo, con un approccio flessibile e multidisciplinare, è la mission di Lovemark, agenzia con dieci anni di esperienza alle spalle e sedi a Reggio Emilia e Milano. A spiegare l'approccio che caratterizza questa realtà, oggi attiva anche in Europa, è Luca Catellani, Ceo di Lovemark.

Luca, puoi descrivere il profilo di Lovemark?

Lovemark è un'agenzia di web marketing con un focus importante sulla digital strategy. Abbiamo 25 risorse distribui-

te nelle nostre due sedi di Reggio Emilia e di Milano. Il team Lovemark è suddiviso fra Sales, Product Managers e Specialists con varie competenze verticali. Siamo in forte crescita e quest'anno abbiamo festeggiato il decennale con un volo in mongolfiera sopra Reggio Emilia, la città nella quale abbiamo mosso i primi passi per arrivare oggi ad avere clienti in tutta Italia e in Europa. Puntiamo sui servizi digital per l'internazionalizzazione delle aziende e, per la nostra esperienza nel marketing online rivolto ai principali mercati esteri, siamo entrati nella Fondazione Italia-Cina. Facciamo parte del network di Confindustria, per la quale siamo stati scelti come docenti in ambito digital, siamo Google Partner e soci di IAB Italia.

Quali sono i servizi che offrite, in particolare nel campo del marketing digitale?

Servizi di web strategy, web action e web monitoring. Il no-



KNOW HOW

Oltre 10 anni di esperienza sul campo per Lovemark, l'agenzia di web marketing guidata dal Ceo Luca Catellani (foto sopra)

stro focus è sulla digital strategy: progettiamo il piano marketing online delle aziende con una metodologia custom che ci contraddistingue e che si avvale di tool in grado di fornirci dati e informazioni puntuali sulla realtà aziendale e sui player più importanti del mercato di riferimento. Un'analisi che si muove dunque su un doppio binario: interno, che tiene conto dello specifico obiettivo aziendale e delle azioni marketing già intraprese dal cliente, ed esterno, incentrato sull'attività dei competitor e sul mercato. In questa fase, che precede quella esecutiva, non siamo in competizione con altri forni-

ENGAGE | N02 | 29 MAGGIO 2019

LA COMPETENZA A 360 GRADI DI LOVEMARK PREMIATA AI LE FONTI INNOVATION AWARDS

Lo scorso dicembre Lovemark è stata insignita del premio Le Fonti Innovation Awards quale "eccellenza dell'anno nel Marketing Digitale". La giuria ha giudicato l'azienda di Reggio Emilia attiva nel digital marketing in tutta Italia una "eccellenza indipendente in forte crescita, da quasi 10 anni". Tra i criteri di valutazione c'erano: risultati di business, leadership di settore, sviluppo strategico, internazionalizzazione, alta qualità del servizio, sostenibilità, innovazione di settore e formazione. Rispetto al riconoscimento ottenuto, il Ceo di Lovemark, Luca Catellani, ha dichiarato: «Siamo estremamente orgogliosi del cammino svolto in questi anni, che ci ha portato a diventare in Italia una realtà importante e riconosciuta nel settore della comunicazione digitale e del marketing online. Questo premio ha certificato le competenze di tutto il team e ha riconosciuto nella squadra livelli di professionalità specifici molto forti nell'ambito delle discipline che caratterizzano la comunicazione online».



tori più focalizzati sul deploy, sulla realizzazione dello strumento online. Se un'azienda per esempio vuole affacciarsi al commercio elettronico, Lovemark orienta la scelta dell'implementazione di ecommerce offrendo alternative nell'identificazione dei merchant giusti, consulenza nel posizionamento dei prodotti in verticale piuttosto che in orizzontale e così via. Questa fase di assessment è molto importante perché fornisce una risposta molto custom di cosa può fare il marketing digitale per quell'azienda.

A che clienti vi rivolgete?

Il nostro approccio a 360 gradi

al marketing digitale ci ha consentito di diventare partner di fiducia all'interno delle aziende con le quali lavoriamo su una dimensione di mercato europea, rispetto al contesto emiliano dal quale siamo nati. Analisi e strategia sono le colonne portanti dell'attività di Lovemark. Supportiamo la crescita delle aziende progettando in sinergia la strategia e le azioni più efficaci per raggiungere precisi obiettivi di marketing. Lavoriamo sui dati, sui numeri ma anche su fattori qualitativi che durante la parte esecutiva ci vedono forti nella creatività. A premiarci, oltre alla metodologia custom, credo sia proprio

questo binomio dati e creatività nella fase di deploy.

Nel digital marketing, quale pensate sia il grado di maturità delle aziende italiane?

Nascendo in un contesto di aziende b2b abbiamo visto come questo tipo di realtà, che costituiscono l'ossatura del tessuto economico italiano, siano quelle che hanno più potenziale inespresso e che oggi guardano con maggiore interesse alla digital strategy. Il metodo Lovemark premia questo tipo di richiesta perché le accompagna verso gli obiettivi che ci vengono descritti. Abbiamo lavorato su questo segmento di mercato offrendo anche strategie di inbound marketing e strumenti di marketing automation capaci di aiutare le aziende a trovare nuovi clienti online.

Quali sono le principali novità a cui state lavorando, e che obiettivi avete per il 2019?

Tra i nostri lanci più recenti, siamo particolarmente concentrati su un nuovo pannello di monitoraggio dove vengono raccolti dati da diverse fonti (tra cui social network, campagne pubblicitarie, sito web) che gli uffici marketing possono leggere in modo semplice e veloce. È uno strumento che permette il raggiungimento degli obiettivi aziendali e di orientare le strategie di web marketing future. Sul fronte degli obiettivi, per il 2019 Lovemark punta a crescere non solo sul mercato italiano ma soprattutto sui mercati esteri, nella convinzione che oggi per un'agenzia di web marketing il bacino debba essere l'Europa. Lavoriamo sempre di più con realtà internazionali e di recente abbiamo avuto la soddisfazione di entrare nel gruppo Lufthansa come fornitori digital. 