

Websolute è una web agency dinamica e interessante, che si muove su due fronti, vantando professionalità e competenze consolidate: da una parte, la ricerca e l'innovazione nel web design e nel web marketing; dall'altra, lo sviluppo di applicazioni web per piccole e medie imprese oltre che per la pubblica amministrazione.

ESSERE PARTNER DEL CLIENTE SUL WEB

di Clara Zambetti

Sono tante oggi le web agency presenti sul mercato, soprattutto da quando internet è entrato con forza tra le voci del marketing mix. Per questo è importante saper scegliere la struttura più adatta alle proprie esigenze. In queste pagine puntiamo i riflettori su Websolute attraverso un'intervista al suo Project manager Fidenzio Zerbini.

MK: *Potrebbe commentare la vostra mission 'essere partner di ogni cliente'?*

Fidenzio Zerbini: Websolute è nata nel 2001 e rappresenta un felice esempio di fusione di preesistenti competenze in settori diversi ma complementari: da quelle legate alla comunicazione (grafica, copywriting, multimedia) a quelle più tecniche (analisti, programmatori, sistemisti). A queste si sono aggiunte nel tempo professionalità specifiche quali esperti di usabilità, architetti dell'informazione ed esperti di web marketing. Il risultato è una web agency caratterizzata da una duplice anima: un orientamento di ricerca e innovazione sul fronte del web design e web marketing e un'area dedicata allo sviluppo di applicazioni web per la piccola e media impresa e oltre che per la pubblica amministrazione. Forte dell'integrazione tra le sue competenze e stimolata dalla collaborazione con grandi aziende, Websolute si pone, con i propri clienti, in un rapporto di reale collaborazione che spinge a trovare stimoli costanti per il raggiungimento di obiettivi comuni, attraverso soluzioni inno-

vative. Il cliente è un soggetto attivo nel processo di creazione e sviluppo di una soluzione web e partecipa alle attività di sviluppo e implementazione del servizio offerto.

MK: *Quali obiettivi avete raggiunto in questi anni di attività?*

Fidenzio Zerbini: Oggi Websolute può contare su oltre cento aziende clienti, molte delle quali sono leader nazionali o mondiali del proprio settore. Possiamo contare su un team formato da ventisei persone, grazie al quale abbiamo realizzato più di trecento progetti web e abbiamo installato settanta intranet ed extranet aziendali. Disponiamo di quindici applicazioni web con tecnologia proprietaria, di sette redazioni per la gestione di contenuti su portali e web magazine che si occupano anche della realizzazione ogni anno di 1500 articoli e di due milioni di newsletter a carattere editoriale. Possiamo contare, infine, su un Web Advertising Circuit con oltre quindici milioni di impression al mese prodotte.

MK: *Quali servizi siete in grado di offrire?*

Fidenzio Zerbini: Websolute ha maturato negli anni una solida esperienza come partner di PMI e PA sia in progetti di comunicazione integrata (web design, web content, web marketing) sia nello sviluppo dei processi di business online (Cms, Crm, b2b, b2c). Sulla base delle specifiche necessità del cliente è possibile utilizzare moduli e strumenti già sviluppati, personalizzandoli per ogni singola esigenza oppure realizzare soluzioni costruite su misura. Ogni volta che ne esistono i presupposti Websolute raccoglie la sfida della 'soluzione mancante'. Spes-

Fidenzio Zerbini, Project manager di Websolute.





Alcuni lavori particolarmente significativi realizzati negli ultimi mesi dallo staff di Websolute: Ernestomeda, Pixel e Gaggia.



so, affiancando grandi aziende nelle loro esigenze di sviluppo e ottimizzazione dei processi aziendali, emergono necessità per le quali il mercato dell'IT non ha ancora proposto soluzioni standard accessibili o completamente efficaci.

MK: Perché un cliente dovrebbe affidarsi a voi anziché ad altre agenzie del settore new media?

Fidenzio Zerbini: Per le competenze, per il metodo di lavoro utilizzato nello sviluppo dei progetti e delle soluzioni, ma soprattutto per la capacità di rapporto diretto con i clienti. Il contatto costante con le persone e l'ascolto delle reali esigenze rappresenta per Websolute la chiave di ogni progetto. Siamo strutturati su quattro aree di competenza ad alta specializzazione: web design, web application, web marketing, web content. Ognuna con un proprio reparto di ricerca e sviluppo.

MK: Potrebbe citare qualche vostro cliente tra gli oltre cento che si affidano a voi?

Fidenzio Zerbini: Cito alcune delle aziende partner che hanno scelto di rimanere con noi nel corso degli anni: Arena, Babini, Banca delle Marche, Biesse Group, Gruppo Comet, Ernestomeda, Fiam Italia, Fileni, Franchi, Gabetti, Gruppo Gaggia-Saeco, Givi, Gruppo Movi (Pentax Italia), Pica, Renault France, Scavolini, Technogym, Teuco, Titan.

MK: Recentemente avete vinto un Interactive Key Award per il sito www.elica.it. Come è nato il progetto e con quali obiettivi?

Fidenzio Zerbini: Elica, primo produttore mondiale di cappe da cucina, pone da sempre grande attenzione alla tecnologia, al design e all'innovazione. L'azienda voleva fare un deciso passo avanti nelle sue attività di comunicazione via web riorganizzando l'architettura informativa e l'immagine grafica



del sito. Inoltre aveva la necessità di gestire un'ampia gamma di dati e contenuti. Partendo da qui Websolute ha sviluppato un sito innovativo caratterizzato da grande impatto estetico, semplicità e velocità di

navigazione in una complessa e articolata struttura interattiva: un'impostazione concettuale grafica dall'estetica accattivante, raffinata, con tutte le caratteristiche utili per la definizione e per la comunicazione dell'immagine aziendale; un'interfaccia intuitiva, guidata da un menù innovativo, a cascata, che permette di esplorare i livelli profondi del sito con facilità e mantenendo sempre visibile il percorso; una navigazione trasversale che collega ogni prodotto con i relativi accessori; l'implementazione di Back Office Manager - tecnologia proprietaria Websolute - che permette la gestione su database di contenuti testuali, grafici e tecnici e che consente la pubblicazione di documenti in aree riservate o nel sito web; un'area prodotti ampliata e riorganizzata, corredata per ogni modello di scheda informativa (dettagliata di caratteristiche, comandi, finiture, varianti ed accessori), immagine 3D interattiva e disegni tecnici. Mi piace segnalare come il sito sia parte di un sistema complesso che interagisce con il crm aziendale, anche questo da noi realizzato, per ottimizzare la gestione delle relazioni con i clienti e con la rete vendita. Tale soluzione struttura il processo relazionale e rende condivisibile in maniera gerarchica e profilata tutti i dati, permette di mantenere traccia di ogni attività svolta in ambito commerciale, consente la personalizzazione delle schede cliente e facilita la gestione della rete vendita.

MK: Potrebbe citare un paio di case history particolarmente significative per l'originalità creativa o per un uso innovativo del web?

Fidenzio Zerbini: Tra i progetti più recenti citerò Designrepublic.it e Press Area Arena.

Designrepublic.it, il nuovo portale che racconta il design, utilizzando alcune delle più avanzate tecnologie del web, costituisce la più moderna community cross-media per architetti e progettisti. Gallerie fotografiche, filmati, area video, web-tv raccontano eventi e protagonisti del mondo del design e dell'architettura, offrendo ai progettisti la possi-

bilità di pubblicare i lavori più interessanti, partecipare a eventi e concorsi, personalizzare una propria area all'interno del sito. Press Area Arena è un'area riservata in cui l'azienda Arena, leader nel settore dello sportswear e sponsor di eventi sportivi ai più alti livelli, può pubblicare e renderle fruibili direttamente online le foto dei grandi campioni del nuoto. Redazioni e giornalisti possono così accedere all'ampia galleria di foto ad alta risoluzione a loro riservata.

MK: Oggi internet sta vivendo un momento di forte crescita a livello di investimenti pubblicitari. Pensa che l'Italia riuscirà a raggiungere almeno gli altri paesi europei?

Fidenzio Zerbini: Il mercato pubblicitario è costituito da aziende che investono ed è reattivo all'innovazione dei mezzi. La pubblicità su internet ha compiuto finalmente un enorme passo in avanti, proprio perché la rete rappresenta una modalità di pianificazione nuova che le aziende utilizzano sempre di più, anche in via esclusiva. Una previsione elaborata da ZenithOptimedia afferma che gli investimenti pubblicitari online cresceranno mediamente del 6% annuo per i prossimi tre anni, il che rappresenta l'incremento più consistente degli ultimi dieci anni. Ci sono già due paesi europei che registrano investimenti percentuali su internet a doppia cifra - è la prima volta che avviene - e sono Regno Unito e Svezia, rispettivamente con il 12,9% e il 10,5%. Per l'Italia, effettivamente, si parla di percentuali inferiori. Comunque, anche da noi, internet sarà il mezzo che beneficerà degli incrementi maggiori di spesa a differenza del cinema che è l'unico previsto in negativo. Nel corso del 2006/2007 gli investimenti sul web supereranno l'outdoor e, dal prossimo anno, internet si avvicinerà in maniera consistente alla radio. Quindi ora non ci sono più scuse per non investire online.