

GARDEN  
Inchiesta

# Aziende sempre più "social"



La presenza sui canali social, come Facebook, Twitter, Youtube, è ormai fondamentale per le aziende, che puntano molto sulla rete per promuovere i propri prodotti e per comunicare tutte le novità.

Alcuni brand creano on line vere community e forum utili per gli utenti che trovano informazioni e curiosità sul settore

Quanto sono "social" le aziende del settore giardinaggio? Come comunicano on line attraverso canali come Facebook, Twitter, Instagram? Come utilizzano i social network e quale ritorno economico e di immagine deriva loro da questo tipo di comunicazione? L'essere presenti on line è ormai un fattore imprescindibile per un'azienda, che deve essere il più possibile visibile in rete, cercando poi anche di creare delle vere e proprie community che la aiutino a rapportarsi con i propri utenti in maniera diretta e bi-direzionale. I social servono dunque non solo per proporre prodotti e promozioni, ma anche per diffondere iniziative, fornire nuovi contenuti, mettersi a disposizione del cliente per consigli e suggerimenti, fare sondaggi sulla customer satisfaction: in sostanza questi canali servono per gestire una comunicazione a 360 gradi, e contribuiscono a confermare o sottolineare il valore di un marchio. Gli investimenti nel web sono quindi importanti anche per aziende del mondo garden che ultimamente scelgono questo canale anche per le vendite. Seguono i profili social di alcune aziende leader del settore e interviste nelle quali ci hanno parlato del loro investimento nella presenza in rete e dei vantaggi che da questa derivano:

## EMAK

**Facebook Efco: 7118 mi piace; Oleo-Mac: 9161 mi piace**

**Youtube: MyOleoMac: 303 iscritti, 41 video caricati; MyEfco: 173 iscritti, 39 video caricati; EmakGroup: 100 iscritti, 43 video caricati;**

**Linkedin: Emak S.p.A. <https://www.linkedin.com/company/emak-s-p-a->; 732 follower**

**Issuu: Emak Spa: 96 pubblicazioni**

"Attraverso i profili social di Efco e Oleo-Mac divulghiamo informazioni di vario tipo, dai consigli sulla manutenzione del verde ai video sull'utilizzo delle macchine, dalle promozioni stagionali alle informazioni sui nuovi prodotti ed eventi. I social hanno quindi sia l'obiettivo di comunicare le nostre novità di prodotto, la vita aziendale e il "vivere" il verde con finalità di fidelizzazione dei nostri fan. Diamo un taglio professionale alle pagine che gestiamo, con ampio spazio dedicato ai prodotti, ma anche ad eventi che possano essere interessanti per il pubblico che ci segue (es. gare boscaioli), con l'obiettivo di creare una community di appassionati del verde e del mondo Oleo-Mac ed Efco. Il nostro ufficio Comunicazione & Web cura direttamente i profili dei nostri brand Oleo-Mac ed Efco: la strategia e il palinsesto vengono gestiti internamente, mentre collaboriamo con un'agenzia esterna per la parte operativa di creazione dei post. Il ritorno economico è tangibile nei momenti in cui i social si legano alle nostre promozioni stagionali, ma in particolare è di valore il contatto, l'animazione e il legame che creiamo con la nostra clientela. Il ritorno di immagine è elevato, perché permette una valorizzazione continua dell'azienda e dei brand, mantenendo continuamente in contatto con il rivenditore che propone i nostri prodotti o con il cliente che li usa, mostrando loro la realtà, gli investimenti e l'impegno che sono dietro a un marchio. L'obiettivo principale del nostro piano di web marketing è di estendere il nostro target di riferimento e incrementare anche presso gli utenti più giovani la brand awareness dei marchi Efco e Oleo-Mac. Tra i benefici, la fidelizzazione del cliente attraverso la creazione di una community digitale e la generazione di nuove opportunità e iniziative per aumentare il traffico sul punto vendita. La community sui social, tra cui Facebook, Youtube, è composta prevalentemente da privati, ma abbiamo tra i "fan" anche rivenditori, distributori esteri, filiali e dipendenti Emak che ci seguono, tutti accomunati dalla passione per il verde e per i nostri marchi".

