

Profilo

UniOne è una società di consulenza progettuale e operativa per la comunicazione d'impresa. Fondata nel 2005, è aderente a Confindustria. Pone alla base del suo operare il metodo innovativo della **Human Satisfaction®** ed elabora architetture di comunicazione sviluppate attraverso la **Multicreatività®**.

I fondamenti. Lasciando alle spalle l'obsoleta concezione del marketing secondo cui il cliente è sostanzialmente un target e un consumatore da colpire, UniOne propone di concentrare l'attenzione sul **cliente inteso come persona**, e in quanto tale ricco di dimensioni emotive, razionali ed etiche. Il rapporto tra impresa e cliente assume così la veste di uno "scambio" e di un dialogo più ampio e più soddisfacente, dove l'offerta del prodotto si traduce in un invito alla relazione. Punto focale della comunicazione d'impresa è secondo UniOne la creazione e l'accrescimento di **comunità di marca** costruite su misura per le specifiche esigenze. La comunicazione tra l'impresa e i suoi "pubblici" non dev'essere sporadica e frammentaria (come spesso sono le singole campagne), bensì generare una relazione stabile, solida e soddisfacente. Tramite la comunicazione a due vie, con caratteri di dialogo e fidelizzazione, la comunità di marca genera "unione" tra impresa e stakeholder e diviene l'elemento strategico determinante per presidiare la parte alta della piramide del mercato da cui dipende il massimo fatturato. Peraltro l'impresa riduce i costi e massimizza gli effetti della comunicazione rispetto alle modalità tradizionali.

Il metodo. UniOne raggiunge quest'obiettivo dapprima **ascoltando l'impresa**, per analizzare le caratteristiche degli stakeholder interni ed esterni, e poi **formulando strategie tese a colmare i gap** tra la proposta aziendale e le aspettative dei suoi "pubblici". A tal fine si avvale di un innovativo metodo d'indagine, **Human Satisfaction Measurement**, che misura i gap della marca rispetto alle necessità emotive, razionali, etiche che guidano le scelte delle persone/clienti. Quindi entra in scena un **team multidisciplinare**, "il nuovo creativo" che studia a tutto tondo le risposte più adeguate.

Il processo di lavoro. UniOne analizza con l'impresa le reali necessità e le aree di intervento con programmi mono o plurimedia sia off che online, potendosi occupare tanto di architetture globali comprendenti strategia, messaggi e mezzi, quanto di architetture parziali per specifiche esigenze. Il primo modulo di lavoro porta a uno **studio strategico** che individua linee da approfondire in sintonia con il committente. Il secondo modulo esprime la **strategia di comunicazione** e il terzo ne declina il **piano di comunicazione** in ottica Human Satisfaction® per la generazione della conseguente **comunità di marca**. Il quarto modulo è quello **esecutivo**, in cui UniOne coordina e integra risorse già presenti oppure valersi dei propri partner specializzati.

UniOne è anche in grado di ideare e produrre contenuti per **l'attività editoriale delle aziende** (sito web, blog, newsletter, web tv, ecc.), così come di orientare attività online e offline già esistenti in coerenza con la costruzione della comunità di marca desiderata.

Marzio Bonferroni è fondatore, partner e presidente di UniOne
Lorenzo Buzzetti è partner di UniOne e responsabile della gestione
Simonetta Caresano è partner UniOne e responsabile dei progetti
Giuseppe Romano è partner di Unione e responsabile dei contenuti