



i7  
SUPERPOTERI  
di

# Un ESEMPIO VIRTUOSO di marketing in carpenteria

SI PUÒ FARE MARKETING ATTIVAMENTE IN UNA CARPENTERIA METALLICA? CERTO CHE SI PUÒ. CI SONO ESEMPI VIRTUOSI E NOI VE NE PRESENTIAMO UNO. SI TRATTA DELLA ARCOBALENO LAMIERE DI CASTEL GOFFREDO. LUCA PIAZZA, IL PADRONE DI CASA, CI HA RACCONTATO LA SUA ESPERIENZA E IL SUO "NUOVO" MODO DI FARE BUSINESS

**A**rcobaleno Lamiere è un'azienda di servizi per la lavorazione della lamiera conto terzi nata nel 1987 con sede a Castel Goffredo in provincia di Mantova. Nel tempo l'azienda ha investito e si è strutturata con Ufficio Tecnico, Ufficio Qualità, un parco macchine costantemente aggiornato con un forte orientamento all'automazione e una flotta di mezzi privata per fornire un supporto al cliente costante e sempre sotto controllo. Arcobaleno oggi conta una squadra di ben 70 persone e segue completamente l'intero processo di sviluppo e produzione dei componenti che realizza offrendo anche il servizio di magazzino pezzi finiti per grandi commesse e producendo anche un suo prodotto proprio. Le competenze di Arcobaleno sono a disposizione delle aziende per risparmiare tempo, fare un prodotto più efficace, velocizzare il montaggio e, in definitiva, per avere un minore costo di industrializzazione del prodotto.

## UNA STRATEGIA CHE PUNTA AI RISULTATI

Il team di RM per comunicare a cui si è affidata Arcobaleno ha puntato a una strategia di marketing multi-canale rinnovando completamente l'immagine della carpenteria da tutti i punti di vista: una nuova brochure di presentazione dal look and feel pregiato, una nuova grafica per i teloni dei TIR dove si mettono in risalto le lavorazioni offerte, un sito web completamente rivisto pieno di contenuti aggiornati tra cui un video aziendale "emozionale" e un video più tecnico con le lavorazioni e le tecnologie in primo piano, delle video-interviste al personale, casi di successo, un blog con articoli tecnici. Nel nuovo sito, i 7 superpoteri di Arcobaleno vengono esplosi, raccontati e promossi secondo le più moderne tecniche di web-editing e content marketing con le relative e costanti analisi di lettura per poter ottimizzare le varie aree del sito dove necessario. Sono state inoltre implementate funzioni smart per entrare in contatto direttamente e immediatamente con l'azienda, come ad esempio una chat di WhatsApp istantanea. Ciò permette di "lavorare" immediatamente un contatto senza perderselo e rappresenta un valore molto importante in quest'epoca dove la lead generation la fa da padrone. Giusto per dare un numero, in 5 mesi di lavoro il sito web [www.arcobalenolamiere.com](http://www.arcobalenolamiere.com) ha ottenuto 5.000 visite. In aggiunta a ciò, RM ha implementato anche delle campagne costanti sui social network, LinkedIn in primis, dove il brand Arcobaleno Lamiere viene messo in mostra ai target potenzialmente interessati ai servizi che offre. Un mix quindi di metodologie "tradizionali" e di moderne tecniche digitali per dare valore e visibilità ad un'azienda che punta ad essere la numero uno nel suo settore.

**1 Industrializzazione**

**2 Lavorazioni**

**3 Magazzino**

**4 Consegna**

**5 Qualità**

**6 Tracciabilità**

**7 Customer care**



Le nuove brochure realizzate da RM per Arcobaleno

Ma cosa sta facendo oggi Luca Piazza, titolare dell'azienda, per continuare a crescere? Ha deciso di investire tempo e risorse su diverse attività di marketing e i primi risultati sono già arrivati: in 5 mesi sono già stati ottenuti 45 nuovi contatti.

**Luca che cosa ti ha spinto a pensare che iniziare a fare marketing, per davvero, sarebbe stata una strategia vincente per la tua azienda?**

Da quando siamo partiti abbiamo sempre ampliato le nostre attività puntando sulle risorse fisiche: forza vendite, il classico passaparola, le nostre ricerche dirette di nuovi clienti. Oggi però le tendenze sono altre e noi abbiamo nel DNA il desiderio di essere sempre un passo avanti. Ho pensato fosse arrivato il momento di "lucidare l'argenteria" e mettersi in mostra in un

modo diverso. Il presente e il futuro si basa sull'utilizzo corretto dei social network, sulle campagne di marketing, dall'avere e condividere una visione. Non avendo però io nessuna competenza in merito ho deciso di affidarmi al team di esperti di RM per comunicare, a cui ho trasferito i miei obiettivi e loro oggi stanno lavorando per raggiungerli. La mia carpenteria deve essere la numero uno, noi puntiamo a quello.

**Quando hai iniziato a lavorare in Arcobaleno avresti scommesso di arrivare dove sei oggi?**

Quando sono entrato in azienda avevo molte ambizioni come le ho tuttora. Ne ho molte, sono sincero, e non mi sono mai posto dei traguardi. Di certo non mi immaginavo di arrivarci in così poco tempo. Questo è indubbio.

**Osservando un po' i tuoi concorrenti perché, secondo te, tu fai la differenza? Perché in questo mondo, quello del terzismo, c'è poca attenzione o propensione alle attività di marketing?**

A mio avviso il grosso problema di chi fa carpenteria, di chi è un'azienda di servizi come la nostra, è quello di voler tenere necessariamente tutto "nascosto", tutto blindato e nessuno deve sapere nulla. Anzi, io diversi anni fa proposi ad altre carpenterie delle collaborazioni strategiche che non sono state accolte. Io sono fermamente convinto che dobbiamo dare visibilità in merito a chi siamo e cosa facciamo. Questa cosa me l'hanno insegnata sempre di più i clienti, le multinazionali importanti con cui lavoriamo. Più ti fai vedere, più ti esponi, più ottieni risultati.

**La paura di farsi vedere, non pensi possa essere motivata da una reale carenza di organizzazione interna per poter gestire flussi di lavoro "fuori dall'ordinario"?**

Può essere. Le aziende del nostro settore spesso sono realtà "padronali" dove ci sono poche persone che sanno tutto e tutto deve passare da queste persone, cosa che non sempre, a mio avviso, può portare alla crescita e all'espansione aziendale. Per poter lavorare per determinate realtà, soprattutto per quanto concerne il mercato estero, la dimensione aziendale conta molto e l'approccio "padronale" non ha appeal. Le aziende devono essere strutturate.

**In tutto questo anche il tema dell'automazione riveste un ruolo importante...**

Lo confermo, noi abbiamo clienti che vengono in visita o portano in visita i loro clienti. Questo per me è un motivo d'orgoglio grandissimo. Quando vengono in visita e vedono di persona tutto il nostro parco macchine e il livello di automazione che abbiamo, rimangono basiti. Anche questo è marketing, aprire le porte senza segreti... ed è molto premiante.

**Mi sembra di capire che "aprirsi" sia la parola chiave della strategia che hai deciso di seguire.**

Corretto. E lo si può e deve fare su più fronti. Si può partire dal sito web. Il nostro è stato completamente rivisto dai ragazzi di RM e ci ha già permesso di ottenere dei contatti nuovi. Il sito è vivo e attivo, aggiornato e migliorato costantemente grazie a dei tool che permettono di capire le logiche di navigazione dei visitatori e con un feeling graficamente molto accattivante per una realtà come la nostra. Abbiamo messo in mostra i nostri "7 superpoteri" e questi rappresentano il fil rouge che collega tutti i contenuti presenti.

**Ora che hai intrapreso questa nuova strada, c'è nella tua testa già qualcos'altro su cui puntare? Un ottavo potere per Arcobaleno ad esempio...**

Diciamo che di poteri nella mia testa ce ne sono molti. Ora mi sto concentrando sulla sostenibilità. Non intendo solo

La strategia di Arcobaleno si basa su una rinnovata comunicazione multi-canale



## ARCOBALENO LAMIERE in cifre

70

dipendenti

35.000

di superficie  
di cui 12.000  
coperti

mq

1.800

posti pallet

5.000

tonnellate  
di lamiera  
lavorate

## Lavorazioni eseguite

• TAGLIO LASER LAMIERA	5	Taglio laser
• PUNZONATURA	30	Presse piegatrici
• PANNELLATURA	2	Presse automatiche
• PIEGATURA	1	Satinatrice levigatrice
• SALDATURA	2	Celle robotizzate di smerigliatura
• ASSEMBLAGGIO	3	Combinato laser
• TRATTAMENTI	6	Celle robotizzate di piegatura
	4	Puntatrici
	8	Saldatrici
	2	Calandre
	1	Combinata con cesoia
	2	Pannellatrici automatiche
	3	Trapani a colonna
	2	Celle robotizzate di saldatura TIG
	1	Filettatrice

1  
Scanner 3D

1  
Scanner 2D

sostenibilità energetica, molto attuale e necessaria in questo periodo, ma su una sostenibilità generale dei processi in azienda. Già da qualche tempo abbiamo iniziato a ragionarci e man mano ci stiamo arrivando. Ad esempio stiamo puntando a eliminare l'utilizzo della carta.

Naturalmente gli sforzi economici e di cambiamento di mentalità di tutto il personale sono ingenti, ma ad oggi abbiamo già ridotto l'uso della carta del 30% ed entro fine anno dovremmo toglierla del tutto. Stiamo dotando di terminali elettronici tutto il personale, abbiamo installato in azienda diverse postazioni con monitor sui quali l'operatore, avvicinando lo smartphone, può vedere la commessa di cui deve occuparsi, i disegni dei pezzi, le note di lavorazione etc. Ciò rende l'ambiente di officina decisamente più moderno ma soprattutto più efficiente.

### Perché hai deciso di affidare le attività di marketing a RM per comunicare?

In realtà in passato avevo già provato ad intraprendere questa strada ma non sono mai stato soddisfatto. Pensa che il nostro sito era già stato rifatto tre volte, senza mai ottenere risultati. Poi un giorno ho visto sui social la presenza di Massimiliano Rossi, che conosco da diverso tempo proprio perché ha diversa esperienza nel settore. Metteva in mostra la sua agenzia e il suo metodo. Sono stati bravissimi perché ci hanno portato una

serie infinita di progetti e di possibilità ma soprattutto hanno indagato veramente su quali fossero le nostre necessità. Li abbiamo visti molto sul pezzo ma soprattutto sono un'azienda che segue le specificità del cliente e non propone pacchetti pre-impostati.

### Però Luca, sicuramente all'inizio avrai dovuto "aprirti" e fornire le informazioni giuste affinché loro avessero tutti gli elementi per ideare e proporre una strategia.

Naturalmente. Diciamo che abbiamo investito molto anche noi e stiamo continuando ad investire, come è giusto che sia, per istruirli, perché possano avere sempre tutte le informazioni che servono per metterci in mostra. Loro, dall'altra parte, continuano a fornirci report sugli andamenti delle campagne sui social, di come performa il sito web, dei contatti raggiunti... tutte cose che altri dicono di poter fare ma poi non fanno. Con loro abbiamo l'evidenza che è in corso un'attività continua e che seguono quello che è il loro lavoro.

### Mi sembra di capire che la strada intrapresa ti stia dando soddisfazione...

Io sono una persona alla quale piace far vedere quello che costruisce, quello che ha fatto. E mi piace anche sentire i complimenti. Io sono sicuro che la mia azienda è una bellissima azienda. Perché devo tenerla nascosta?