



Intervista
29 gennaio 2013

GIUSI FABRIZIO – RESPONSABILE MARKETING E COMUNICAZIONE URSA ITALIA – ILLUSTRIL PROGETTO DEL NUOVO SITO WEB DELLA FILIALE ITALIANA

L'arch. Giusi Fabrizio lavora in URSA da diversi anni, con il ruolo di responsabile marketing e comunicazione per la filiale italiana che ha sede ad Agrate Brianza. A fine 2012, dopo un lavoro preparatorio durato mesi, ha portato a compimento un importante tassello di un progetto corporate globale: il lancio del nuovo sito web ursa.it, un sito moderno, allineato allo status di una delle società leader in Europa nella produzione e commercializzazione di isolanti per il settore edile. Obiettivo del nuovo sito è quello di rendere ancora più presente il brand URSA nel mondo digitale, puntando molto su rilevanza e qualità dei contenuti veicolati. Ne parliamo diffusamente proprio con Giusi Fabrizio, che illustra le numerose funzionalità del sito e le novità per i professionisti del settore.

Da un paio di anni, URSA Italia ha avviato un nuovo percorso di comunicazione, continuativo nel tempo e innovativo, reso possibile anche grazie alla collaborazione con diverse agenzie esterne.

Questo progetto è culminato nella realizzazione di un nuovo sito web a livello di gruppo e di tante versioni locali per le singole filiali. Ce ne parla?

La convinzione da cui sono partita è che, oggi più che mai, in un'ottica business to business come la nostra, è fondamentale riuscire a trasmettere informazioni di qualità elevata, pertinenti e di valore, sia per i nostri clienti sia, ancora di più, per i potenziali.

In pratica, se riusciamo a creare nei nostri interlocutori un'esperienza positiva del nome URSA in modo del tutto disinteressato, prima ancora che il nostro marchio entri in contatto commercialmente con loro, allora abbiamo fatto centro! E il sito, a cui rimandano tantissime pagine tecniche presenti nei diversi portali dell'edilizia, deve servire in primo luogo anche a questo scopo.

Detto in altri termini, vogliamo che i nostri visitatori sappiano che, navigandolo, possono trovare molte risposte alle loro effettive esigenze.

Anche per questo motivo, ogni area è stata organizzata seguendo le regole dell'accessibilità e dell'usabilità. Ciò ha richiesto una complessa organizzazione dei contenuti già in fase di progettazione, tutto in funzione dell'eshaustività e dell'appeal, ma anche della comprensione immediata dei contenuti tecnici e della mission e dei valori aziendali.

Ma la vera, grande novità è l'assetto del menu di navigazione principale, dove le voci 'Applicazioni' e 'Progettisti' rimandano a contenuti specifici, selezionati rispettivamente in base ai nostri due target di utenza: il mondo dei distributori – clienti diretti e potenziali – e l'universo dei progettisti, ovvero coloro i quali inducono alla scelta dei prodotti URSA.

Il perché di questa scelta progettuale deriva dall'analisi degli accessi al sito URSA: ebbene, il 70% dei visitatori arriva a noi attraverso i motori di ricerca e i portali di edilizia, dove i contenuti e i prodotti URSA sono abbondantemente presenti. Per questo abbiamo pensato di sviluppare le singole pagine del sito come se fossero delle "landing page", ovvero pagine dove l'utente "atterra"



e nelle quali è fondamentale che siano presenti e bene organizzate tutte le informazioni che cerca, senza dover navigare oltre.

A livello di contenuti, le quattro linee di prodotto, tre lane minerali e il polistirene estruso, sono in grande evidenza, proprio a voler ribadire che URSA è in grado di soddisfare tutte le applicazioni di isolamento termico e acustico per l'edilizia.

I contenuti della sezione dedicata alla sostenibilità sono incentrati sui temi dell'isolamento come fonte di risparmio energetico e dell'edilizia eco-compatibile, due costanti nella mission di URSA.

Uno dei plus del nuovo sito italiano è rappresentato dall'approccio tecnico-culturale, pensato appositamente per i progettisti e per gli utenti finali che possono scaricare tutta la documentazione digitale e in formato video relativa all'applicazione delle quattro linee di prodotto. Si sta dimostrando una strategia vincente?

Assolutamente sì, a qualche mese dalla messa online del sito e sulla base dei primi feed-back ricevuti posso dire che si è trattato di un'ottima idea.

La volontà di rivolgerci al mondo della progettazione, i cosiddetti prescrittori, ci ha portato a creare una sezione apposita del sito che contiene tutta la documentazione testuale e multimediale di cui questo target può necessitare.

Perché se architetti e progettisti possono attingere ad informazioni chiare e dettagliate, saranno sempre più in grado di trasmettere l'elevato livello di performance dei prodotti isolanti URSA e i vantaggi derivati dal loro utilizzo. Recentemente, abbiamo fatto crescere anche il nostro interesse verso l'utente finale, manifestatosi ancora più chiaramente con il lancio sul mercato italiano della lana minerale bianca ad alta prestazioni PureOne, morbida e naturalmente sostenibile. Ne abbiamo avuto conferma al MADE expo dello scorso ottobre, in cui il nostro stand è stato visitato da molti utenti finali, motivati a conoscere e approfondire personalmente le novità in materia di risparmio energetico e costruzione sostenibile, così da essere sempre più in grado di interfacciarsi e valutare direttamente le proposte di intervento dei progettisti.

Ad ulteriore riprova dell'apprezzamento degli utenti finali verso i nostri prodotti e la loro tecnologia eco-compatibile, è la notizia secondo la quale i lettori della rivista tedesca "dachbaumagazin" sulla costruzione dei tetti hanno decretato PureOne come miglior prodotto isolante dell'anno 2012 scegliendolo all'interno di una rosa di 8 diversi materiali. I nostri sforzi per ottenere una qualità migliorata dell'aria interna degli ambienti sono stati premiati da un grande consenso di pubblico.

Avete optato per un sito dinamico per definizione: la progettazione ha tenuto conto del fatto che ciascuna filiale dovesse essere autonoma nell'aggiornamento dei contenuti più frequentemente rinnovabili. Come opera sul sito italiano?

Il progetto corporate globale ha previsto la pubblicazione di 35 nuovi siti nazionali facenti parte del gruppo, tutti figli di un'unica matrice internazionale, www.ursa-insulation.com.

Tutti i siti, e quindi anche il nostro, sono stati sviluppati con l'intenzione di rendere possibile il caricamento dinamico delle pagine, sia per i contenuti delle sezioni interne sia per la loro visualizzazione estrapolata in home page.

In questo modo, posso intervenire con frequenza quasi quotidiana, aggiornando autonomamente le news, i comunicati stampa, le comunicazioni relative agli eventi e alle fiere a cui URSA partecipa. Inoltre, questa nuova tecnologia mi consente di pubblicare agevolmente i video, i manuali tecnici, le brochure e le schede prodotto, tutti scaricabili in formato pdf da parte degli utilizzatori.



In questa prospettiva, il nuovo sito diventa un importante strumento di promozione dei nuovi prodotti e delle loro possibili applicazioni.

Nell'aggiornamento dei contenuti, poi, tengo sempre l'occhio vigile sull'inserimento delle parole chiave, in modo che il sito risulti sempre ben posizionato nei principali motori di ricerca. E devo dire con un pizzico di orgoglio che i risultati per ora sono più che soddisfacenti.

Oltre al web tradizionale, vi siete aperti anche ai social network. Nel nuovo sito sono presenti i link a facebook, twitter e youtube. Ci racconta la vostra esperienza social e i vantaggi riscontrati da queste nuove forme di comunicazione?

Come tutte le realtà aziendali, anche in URSA ci siamo resi conto che i social network rappresentano, oggi come oggi, un imprescindibile veicolo di contatto con la nostra utenza, oltre che fonti di aggiornamento attendibili - anche se più informali - sul mondo aziendale... e allora abbiamo cavalcato questa tendenza fin dai primi mesi del 2011.

Il nostro obiettivo primario è quello di riuscire ad essere presenti proprio là dove sono i nostri clienti, senza dimenticare che i social network sono lo strumento ideale per condividere in tempo reale con il nostro mondo (non solo clienti ma anche il personale interno, gli agenti e le associazioni di cui URSA fa parte) tutte le novità riguardanti prodotti, eventi, aggiornamenti normativi in materia edile.

La presenza di link, articoli, immagini e video che risultano interessanti per i nostri fan e follower genera nuovi lead, cioè nuovi utenti fortemente motivati e interessati ad URSA, incrementando così la visibilità del nostro brand.

Colleghi dalle altre sedi e clienti aggiungono foto e commenti e questo genera traffico e popolarità. Per aumentare la base dei nostri fan abbiamo in cantiere un'azione di direct mailing indirizzata ad architetti, tecnici e clienti. Ma non voglio svelare ancora i dettagli, è un progetto di cui parleremo nelle nostre prossime comunicazioni. A presto, con altre novità dal mondo dell'isolamento termoacustico URSA!

Per ulteriori informazioni:

URSA Italia s.r.l.- URALITA

Via Paracelso 16 - Palazzo Andromeda

20864 Agrate Brianza – MB

Tel. +39 039 68 98 576

Fax +39 039 68 98 579

www.ursa.it

ursa.italia@uralita.com

Allegati:

File immagini contenente foto dell'arch. Giusi Fabrizio e alcuni screenshot del nuovo sito ursa.it