

## COMUNICARE FA BENE. PAROLA DI...

Simona Fiorentini, marketing manager di Fiorentini Alimentari Spa

**Dopo aver raggiunto un'altissima notorietà con campagne tv che si sono impresse nella memoria per un jingle tanto semplice quanto orecchiabile, avete deciso di iniziare un percorso di comunicazione con le Pubbliche Relazioni e l'Ufficio Stampa. Cosa vi ha spinto a decidere? e quali erano le aspettative?**

Volevamo far conoscere la nostra azienda a 360 gradi, in quanto notorietà non sempre si coniuga con credibilità. Il nostro percepito da parte dei nostri consumatori non era chiaro, era indispensabile far capire meglio il nostro lavoro ed i nostri prodotti, presidiando più mezzi di informazione.

**Dopo appena due mesi dall'inizio di questa nuova attività è arrivata la pandemia e con essa il lockdown. Cosa vi ha spinto a continuare a comunicare e cosa ha significato per voi continuare a farlo in un contesto così difficile? Cosa avete comunicato?**

Noi siamo tra le aziende fortunate che non hanno mai chiuso, pertanto era fondamentale continuare a farci conoscere, come azienda orgogliosamente italiana che ha cercato di dare il suo contributo anche durante la pandemia.

**A poco più di un anno dall'inizio di PR e Ufficio Stampa, cosa vi sembra essere accaduto, dentro e fuori l'azienda, in termini di percezione del brand? Cosa è cambiato o sta cambiando?**

Credo che il nostro percepito sia migliorato e, i numerosi attestati di stima ed i contatti stretti durante questo ultimo anno, nonché la ripresa dei consumi dopo il primo lock down ci dicono che siamo sulla strada giusta.

**Consigliereste ad altri di comunicare di più e con queste modalità? Perché?**

Assolutamente sì se si vuole far conoscere la propria attività a 360 gradi.

**In questi ultimi mesi avete anche iniziato a gestire la pagina aziendale su LinkedIn, la piattaforma social business che- rispetto ad altri Paesi - è ancora poco utilizzata in Italia. Perché? Cosa vi aspettate?**

LinkedIn è una piattaforma molto professionale ed interessante per consolidare i contatti con i buyer della grande distribuzione, allacciare altri rapporti b to b, assumere.

È senza dubbio uno dei social migliori e nel quale crediamo di più per rafforzare la nostra immagine.



Master Communication nasce nel 2019 dall'unione di professionisti con in media 20 anni di esperienza nei vari rami della comunicazione: pubbliche relazioni, ufficio stampa, giornalismo, digitale, eventi. È una società giovane, che aggrega competenze consolidate. Nasce dalla curiosità di esplorare e sperimentare le possibili connessioni tra media tradizionali e nuovi media, tra comunicatori di ieri e comunicatori di oggi, con la convinzione che non debba esserci contrapposizione, ma scambio e integrazione. Ci occupiamo di comunicare aziende, brand, prodotti, enti, territori, avendo cura della loro reputazione come se fosse la nostra. Come? Partendo dai contenuti. Diamo valore alle Azioni per generare comunicAzioni credibili, autorevoli, rilevanti, coerenti. Indipendentemente dal canale di comunicazione, tradizionale o nuovo.

PER INFO [info@master-communication.it](mailto:info@master-communication.it) • +39 011 0162162  
Ci trovi su [in linkedin.com/company/master-communication-srls/](https://www.linkedin.com/company/master-communication-srls/)