



Geosec SRL, società attiva nel settore delle costruzioni, continua ad espandere il suo business, varcando i confini nazionali, attraverso una campagna di comunicazione online integrata e volta alla creazione di potenti sinergie tra i differenti canali – Search, Display e YouTube.



Chi sono:

- <http://www.geosec.it/>

Obiettivi:

- espandere il business, varcando i confini nazionali, attraverso una campagna di comunicazione online

Risultati:

- l'utilizzo strategico della piattaforma online ha portato dal 2007 un incremento medio annuale del fatturato di circa il 30% e del numero di contatti di circa il 25%
-

L'azienda

Nata nel 2003, Geosec è una dinamica ed innovativa società operante nel settore delle costruzioni specializzata nel consolidamento dei terreni di fondazione con iniezione di resine espandenti.

Sin dal suo ingresso sulle scene del mercato delle costruzioni, la sfida di Geosec è stata quella di ampliare la conoscenza e l'utilizzo di un servizio di nicchia ad un mercato consumer e non esclusivamente nazionale tramite un utilizzo strategico ed innovativo della pubblicità AdWords.

Oggi Geosec ha pienamente raggiunto il suo obiettivo e rappresenta la prova di successo di Google AdWords per le imprese B2B che vogliono emanciparsi da una comunicazione esclusivamente ancorata al mondo offline e face-to-face.

La Sfida

Grazie ai risultati di un importante progetto di ricerca e sviluppo tecnologico Geosec, nella persona del suo CEO ing. Marco Occhi, definisce con successo il suo core business suggellato dal deposito di diversi brevetti nazionali ed internazionali nel settore dei consolidamenti.

Già a partire dal 2004, Geosec, anticipando il mercato, ha puntato in modo strategico sullo sviluppo di innovative campagne integrate di comunicazione online, targettizzate su portali di settore con lo scopo di sviluppare la conoscenza del marchio e dell'innovazione tecnologica di prodotto con particolare attenzione agli operatori di settore. In ottica fortemente innovativa, il CEO ha deciso di allocare fin dall'inizio una parte significativa del budget pubblicitario all'online: ovvero, una quota del 20% circa rispetto ad un dato di benchmark per le imprese del settore pari a circa il 7% dell'investimento pubblicitario complessivo.

E' su questa linea strategica infatti che si inserisce l'avvio della Campagna pubblicitaria AdWords nel 2006 e che vede negli anni investimenti pubblicitari sempre più dedicati all'online.

Compito non facile quello di comunicare un prodotto di nicchia poco ricercato sul web anche dagli stessi specialisti di settore, più inclini ad una comunicazione ancorata alle logiche del marketing tradizionale – come riviste di settore e partecipazioni fieristiche – piuttosto che al web.

Nonostante ciò l'ing. Marco Occhi, con estrema lungimiranza imprenditoriale ed un analitico profiling dell'utenza media, ha utilizzato la rete dei Contenuti Google per colpire direttamente il mercato nei siti di suo interesse, non necessariamente legati al mondo delle costruzioni e dei progettisti. Decisione che si è rivelata da subito vincente e che gli ha consentito in primo luogo di ampliare il target geografico di riferimento: Geosec ha esteso la sua operatività d'intervento su tutto il territorio nazionale per coprire le richieste sollecitate dalla campagna online.

Negli anni successivi poi, il livello di complessità ed integrazione della campagna con altri canali mediatici si è ulteriormente evoluto e raffinato.

Con il 2009 ancora una volta anticipando il mercato, l'ing. Occhi della Geosec ha saputo sfruttare al meglio l'effetto virale di una comunicazione congiunta AdWords e Social Network per vincere una sfida ulteriore: ampliare notevolmente l'erogazione del suo servizio ad un mercato consumer attraverso interventi di edilizia domestica.

Nel Gennaio 2010 infatti Geosec ha massimizzato la sua esposizione attraverso YouTube, rappresentando la prima impresa di questo settore a livello mondiale ad avere un Canale Ufficiale. Ad oggi, sul Brand Channel Geosec risultano caricati oltre 40 video, in 5 lingue differenti, che in modo semplice ed efficace presentano anche al "non addetto ai lavori" un servizio complesso, estremamente tecnologico ma comunque idoneo ad un uso privato.

Infine, lo strategico utilizzo della piattaforma AdWords ha consentito rapidamente a Geosec di varcare le barriere nazionali posizionandosi efficacemente nei mercati esteri Europei, primo fra tutti la Spagna dove la Geosec, grazie alla partnership esclusiva con una società licenziataria locale, è riuscita a costruire un polo tecnico commerciale dedicato all'intero territorio. Di questo passo entro la fine del 2010 saranno operative analoghe realtà su altri territori Europei, che grazie alla campagna AdWords della casa madre Italiana, stanno già dimostrando di recepire con notevole interesse l'offerta del servizio Geosec.

Risultati

"Abbiamo sfruttato in modo brillante il "viral effect" di campagne branding altamente targettizzate e su vari formati " e "usato Google per ottimizzare il costo / contatto e rafforzare il Brand" (Marco Occhi, Breakfast@Google, Gennaio 2010.)

Dalle parole dell'Ing. Marco Occhi traspare evidente soddisfazione nell'utilizzo di AdWords. Soddisfazione che si misura concretamente in numeri: l'utilizzo strategico della piattaforma online ha portato dal 2007 un incremento medio annuale del fatturato di circa il 30% e del numero di contatti di circa il 25% con particolar riduzione del costo/contatto finale.

A partire dall'avvio della pubblicità con Google, il fatturato di Geosec è quadruplicato e con esso sono aumentati i servizi erogati.

L'aumento nei volumi di attività da gestire ha comportato la creazione di 4 società Partners delegate, che oltre all'ordinaria attività di mercato, svolgono funzioni specifiche per il gruppo secondo una logica di condivisione delle singole attività di ricerca e sviluppo, controllo dei protocolli di qualità operativi, attività di branding.

Oggi Geosec e il suo fondatore, Marco Occhi, si pongono come punto di riferimento per le imprese del suo settore nella gestione efficace della comunicazione online: meritatissimo ruolo riconosciuto dai numeri di cui sopra e dai riconoscimenti che quest'azienda continua a ricevere sullo scenario del marketing imprenditoriale. (testimonial Breakfast@Google 2010, testimonial Web Show di Zenzero 2010, Premio "Sua Eccellenza 2010").

