



Confederazione Nazionale
d'Agricoltura, delle Piccole
e Medie Imprese
Macerata



CONFCOMMERIO
IMPRESSE PER L'ITALIA
MARCHE CENTRALE



DIVINI
ALTERNATIVE TECNICHE
TECNOLOGICHE
SAN SEVERINO MARCHE

SIMEG MARMI srl
Via Torricelli, 5
San Severino marche

SIMEG: UNA NUOVA STRATEGIA SOCIAL

RELAZIONE STAGE CORSO I.F.T.S.

Digital Social Media Specialist

Finanziato dalla Regione Marche P.O.R. Marche – FSE 2014-2020, Asse 3 P.d.I. 10.4.- R.A. 10.6. Avviso pubblico per la presentazione dei progetti di formazione per percorsi di Istruzione Formazione Tecnica Superiore – IFTS 2021-2022. D.D.P.F. n. 692/IFD DEL 28.6.2021 e D.D.P.F. n. 1142/IFD del 18.10.2021 - Sch. SIFORM2 n.1083357

di

NOEMI MARCANTONELLI

[timbro e firma dell'azienda ospitante]

Simeg srl
Roberto Novelli

[nome, cognome e firma allievo]

Noemi Marcantonelli

[Nome, cognome e firma tutor aziendale]

ROBERTO NOVELLI
[Firma]

1. Introduzione

Simeg Marmi di San Severino Marche è l'azienda che mi ha ospitato durante il periodo di stage di 290 ore previsto dal corso **"Digital Social Media Specialist"** attuato dalla **L.A.C.A.M. di Matelica**.

In questo report verranno presentate le principali attività svolte, dal 05 Dicembre 2022 al 06 Marzo 2023, ovvero durante tutta la durata di questa formazione.

Nata nel 1934, Simeg è un'azienda di medie dimensioni, in continua crescita ed evoluzione, che si occupa principalmente della trasformazione e lavorazione della pietra naturale.

Nel tempo infatti ha ampliato le sue lavorazioni anche alle pietre sinterizzate e agglomerati di marmo, trasformando non solo materiale naturale, ma anche quarzi e ceramiche, inizialmente di piccole dimensioni fino ad arrivare ai grandi formati, dando così al cliente un'ampia possibilità di selezione e scelta di materiale sempre disponibile nei suoi magazzini.

2. Contenuto

2.1 *L'azienda Ospitante*

Simeg, come anticipato nell'introduzione, si occupa di vari tipi di lavorazioni destinate a loro volta a più settori, e quindi rivolte a diversi tipi di pubblico.

Si propone principalmente a :

1. **progettisti e imprese di costruzione** come partner per realizzazioni in campo residenziale di abitazioni e ville private o strutture ricettive, come hotel e spa.
2. **aziende e studi** che si occupano di progettazione di aree wellness e arredo bagno.
3. **progettisti e interior designer** di ambienti commerciali e arredamento per negozi
4. **produttori e arredatori** di yacht e grandi navi di lusso.

Su richiesta esegue anche **forniture chiavi in mano**, occupandosi di **rilievo, spedizione e posa in opera** in tutto il mondo.

Molto forte è la **partnership** con aziende produttrici di cucine leader del nostro territorio, alle quali Simeg fornisce principalmente top lineari per penisole ed isole, accompagnate da schienali, alzatine e rivestimenti.

Sono inclusi nella clientela anche piccoli e medi marmisti, produttori di arredamento per la casa, arredatori, con i quali spesso collabora anche per progetti completamente personalizzati.

Per quanto riguarda l'aspetto dell'internazionalizzazione, l'azienda è da anni orientata e attiva verso i mercati esteri e presente già da diversi anni nel mercato francese.

Diverse sono state anche le collaborazioni per progetti unici ed esclusivi con Designer affermati.

2.2 Organizzazione del percorso e inserimento in azienda

Il mio primo giorno in Simeg è iniziato visitando il laboratorio dove mi hanno mostrato e spiegato le diverse fasi di lavorazione e le varie linee di produzione e i relativi macchinari a disposizione.

Al primo colpo d'occhio si nota subito che Simeg è un'azienda particolarmente attenta e orientata allo sviluppo e al costante aggiornamento tecnologico, la maggior parte delle lavorazioni vengono infatti eseguite con macchine a controllo numerico, con frese a ponte e macchine a getto d'acqua; tutte di alta qualità e dalle prestazioni ottimali.

Per ottenere un prodotto finito impeccabile sono fondamentali anche i reparti manuali, che permettono la pulitura dei pezzi e rifiniture più dettagliate, di realizzare assemblaggi e di mettere in prova per il collaudo finale ogni commessa.

Posso sicuramente affermare inoltre che Simeg è un'azienda particolarmente attenta al riciclo e all'ambiente. Sia nell'ambito della gestione scarti che dei rifiuti è infatti da anni portavoce di progetti e bandi dedicati a questo delicato ed importante tema.

Mi sono stati mostrati in seguito lo showroom e gli uffici, che si trovano rispettivamente al piano terra e al piano superiore in un'area dedicata del fabbricato.

Gli uffici Simeg si dividono principalmente in tre macro aree: commerciale, amministrativo e tecnico.

In questa prima fase di conoscenza dell'azienda, per poter prendere confidenza con questa nuova realtà, con cui mi sono poi dovuta confrontare entrando nel vivo del lavoro che ho poi svolto, è stato molto importante avere una panoramica generale dell'assetto aziendale, dei diversi aspetti della lavorazione e delle modalità di produzione, dei materiali trattati, dei progetti in corso e del target di clienti con cui collabora.

Durante lo stage sono stata affiancata da Roberto Novelli (Sales Manager) che è stato anche il mio tutor, mentre per conseguire gli obiettivi che ci siamo proposti e per la revisione dei contenuti ho poi collaborato a stretto contatto, con Carlo Rotini (Operation Manager).

Il primo passo è stato quello di stilare un Brief con tutti gli obiettivi e le modalità/strumenti con cui raggiungerli.

BRIEF DI COMUNICAZIONE

OBIETTIVI

- Offrire un'immagine di Simeg come azienda customer oriented, innovativa all'interno del settore e attenta alle sfide della sostenibilità
- Aumentare la brand awareness di Simeg da parte di clienti, prospect e altri attori del settore arredo
- Fidelizzare i clienti acquisiti accrescendo la brand reputation
- Aumentare la brand reputation verso clienti potenziali e altri attori del settore arredo

TARGET PRINCIPALI

Famiglie target:

- Clienti
- Prospect
- Architetti e designer

TEMI

- Presentare 5 chiavi dell'identità di Simeg:
 1. orientamento al cliente
 2. competenza e crescita delle persone
 3. innovazione tecnologica
 4. eterogeneità dei mercati/prodotti
 5. sostenibilità
- Dare spazio all'ampiezza e alla profondità di gamma dei materiali offerti
- Valorizzare progetti e partnership: Stone Stackers

STRUMENTI

- Sito internet e blog
- Instagram
- Facebook
- LinkedIn
- Google My Business

TIPOLOGIE DI CONTENUTI

- Testi (blog post e post description)
- Foto (post e storie)
- Video (post, storie e reel)

Ho ricevuto in seguito la lista dei principali competitor e mi è stato chiesto di analizzare il loro sito internet e la loro presenza sulle varie piattaforme social, cercando di valutare punti di forza e punti di debolezza.

Da una prima analisi ho notato che hanno tutti un sito internet semplice e lineare, dove sono stati utilizzati principalmente i colori bianco/grigio, forse per richiamare proprio il colore della pietra.

La maggior parte punta sulle foto di realizzazioni, mentre solo alcuni mostrano anche titolari e personale al lavoro (cosa da non sottovalutare secondo me).

Ho notato anche che la maggior parte dei profili social sono poco curati e aggiornati.

I profili più seguiti e cliccati sono le aziende che hanno già una brand identity molto forte nel settore (Antolini) o che si occupano in primo luogo di interior design e sono già in qualche modo “affermate”. Queste, avendo un piano editoriale ben studiato e forse, anche più materiale a disposizione, mantengono comunque la giusta costanza di pubblicazione di contenuti, anche giornaliera.

Ho svolto poi la stessa analisi anche con Simeg stessa, valutandone sito e presenza social.

Il sito si presenta ben strutturato e con una buona ottimizzazione per la modalità mobile.

E' già presente su Facebook, Instagram e LinkedIn. Nonostante le pagine siano state create diversi anni fa non erano particolarmente aggiornate, e non presentavano una pubblicazione continua e studiata nei contenuti.

Queste sono state le mie proposte di miglioramento:

Sito internet

- Trovare/scegliere foto che raccontino dell'azienda e di come e cosa si lavora a partire da quelle in primo piano in apertura del sito (“come lavoriamo” per spezzare le parti scritte)
- Aggiornare storia dell'azienda con foto e notizie.
- Mostrare le persone a partire dal volto odierno della Simeg,
- Mostrare le persone anche nelle varie sezioni soprattutto quelle che riguardano le lavorazioni (non in maniera centrale ma credo sia importante per poter dare un'anima all'azienda)
- Call action su sito (consulenza/contatto immediato)

- Sezione “progetti speciali”, con articoli nel blog dove si potrebbe anche aggiungere una sezione specifica con i singoli oggetti in vendita (arricchita con relativa descrizione)
- Mettere in evidenza il “su misura”
- Aggiungere il tour virtuale dello showroom
- Si parla della falegnameria interna, aggiungere anche delle foto sarebbe un valore aggiunto

Instagram/Facebook/Linkedin

- migliorare la pagina con contenuti e descrizioni maggiormente pertinenti
 - decidere cosa vogliamo raccontare
 - immagine di copertina (facebook)
 - immagini aziendali, dei laboratorio, dei magazzini
 - foto/video con personale durante le lavorazioni
 - raccontare le fasi del lavoro
 - mostrare i lavori/risultati finali
 - cosa si può realizzare e con cosa
 - presentare bene le collaborazioni con i designer, senza lasciare che la cosa faccia da protagonista alle pagine social
- **Valutare iscrizione a pinterest quando si avrà più materiale fotografico**

2.3 Attività Svolte e Obiettivi

Ho iniziato aggiornando i loghi e scegliendo lo stesso per tutte le piattaforme dove è presente l'azienda, Instagram, Facebook e Linkedin, così da essere facilmente riconoscibili tra i diversi account e dare una chiara identità a tutte le pagine social.

Stabilite delle linee guida per strutturare un **piano editoriale**, ho cercato poi di organizzare il **calendario editoriale**, programmando i contenuti da pubblicare per i tre mesi del mio operato:

- tre temi che si ripropongono alternandosi,
 - Realtà Aziendale (settimane alterne)
 - Materiali , Lavorazioni , Prodotti (ogni settimana)
 - Progetti , News (settimane alterne)
- due uscite settimanali programmate il martedì ed il giovedì
- eventuali uscite extra da concordare in base alla ricorrenza

I.

SCHEMA EDITORIALE GEN-MAR 2023

	Descrizione rubrica	Cadenza	Piattaforma
A	Tour virtuale aziendale: ambiente di lavoro (esterno, showroom, magazzino, reparti, falegnameria, uffici, ...)	settimane alterne	FB/IG/LinkedIn (quando opportuno)
B	Materiali, lavorazioni, prodotti	ogni settimana	FB/IG
C	Altri progetti e news: stonestackers, sostenibilità, investimenti, formazione, ...	settimane alterne	FB/IG/LinkedIn (quando opportuno)

Rispetto al piano ed al calendario editoriale ci siamo comunque riservati la possibilità di apportare modifiche o aggiunte di contenuti qualora ci fosse stata necessità.

Per Facebook e Instagram vengono pubblicati contenuti di pari passo e con la stessa modalità grafica, per LinkedIn abbiamo invece scelto di selezionare solo contenuti pertinenti e adattati alla piattaforma.

Per quanto riguarda la scelta di contenuti su Instagram e Facebook l'obiettivo principale è sempre stato quello di riportare l'attenzione sul brand e sull'azienda, sulla Simeg!

Basandomi su queste linee guida ho scelto e selezionato di volta in volta i contenuti da utilizzare tra il materiale che mi è stato messo a disposizione. Per alcuni invece ho creato io stessa video e foto da utilizzare occupandomi anche dei testi e dei tag.

Per i progetti seguiti da Simeg (tra cui Marlic, Stone Stackers..) ed anche raccontare l'organizzazione dell'azienda, visti i diversi target di pubblico, ho scelto il formato carosello, esponendoli con tavole grafiche che ho creato appositamente con CANVA, raccontando in maniera schematica e con un linguaggio semplice e diretto in modo da avere più attenzione e comprensione da parte di chi legge.

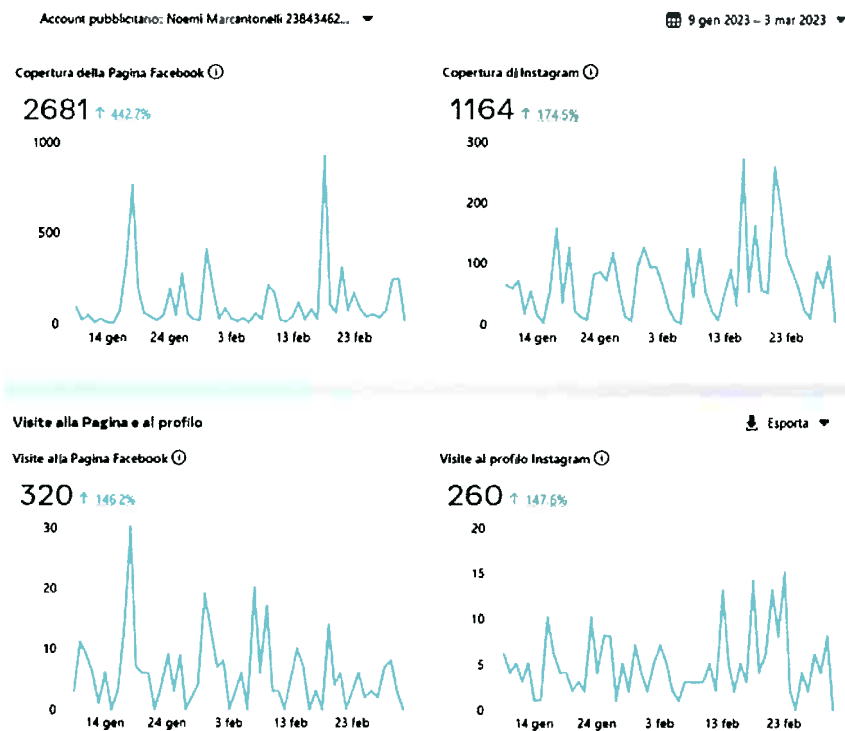
Ho aggiornato tutte le descrizioni e i tag di post già esistenti in maniera adeguata e più descrittiva, e creandone di nuove per i post programmati.

Per quanto riguarda il sito, ho utilizzato wordpress per:

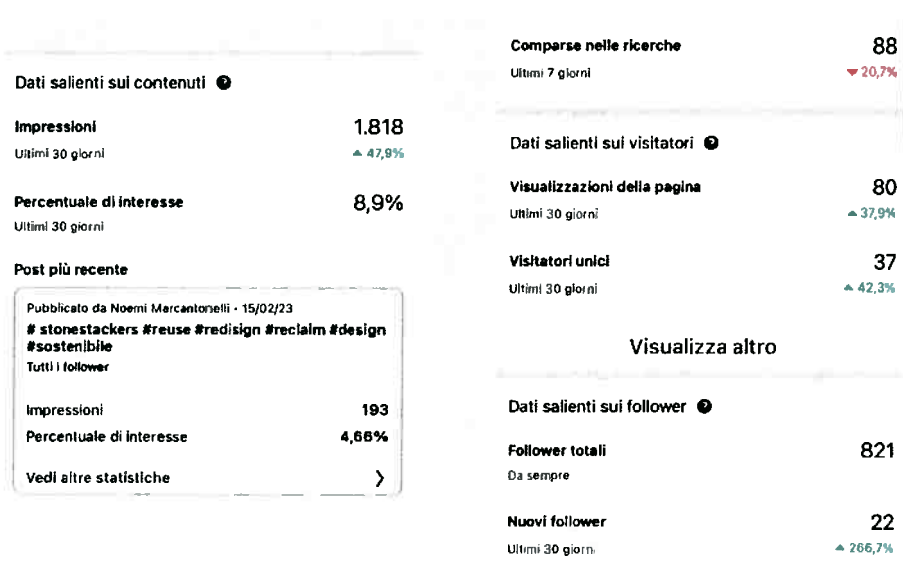
- Redigere articoli per il blog, inserendo anche foto e link di collegamento.
- Ho aggiunto alcune foto per aggiornare e ampliare le gallerie delle diverse sezioni
- Ho creato pdf per aggiornare i bandi a cui l'azienda ha aderito e partecipato.

Di seguito alcuni report con i risultati ottenuti negli ultimi mesi.:

II. Facebook e Instagram



III. Linkedin



3. Conclusioni

Questo tirocinio è stata una bella esperienza, perchè mi ha dato modo di conoscere una realtà ben diversa da quelle a cui sono abituata. Avendo principalmente lavorato nel mondo dell'estetica e del beauty, mi sono accorta che ogni settore ha una diversa modalità di comunicazione, gestione vendita e creazione contenuti.

Mi sono dovuta informare e anche un po' adattare per allinearmi in primo luogo alle richieste dell'azienda, ma anche per non uscire dai canoni di immagine, di comunicazione del brand che in qualche modo è già affermato nell'ambiente; ed anche per creare un piano contenuti coerenti e sensati con gli obiettivi richiesti.

Ho editato e lavorato per la prima volta seguendo un calendario editoriale ben organizzato.

Ho avuto modo di approfondire l'utilizzo di diverse applicazioni.

Canva è quella che ho usato più di tutte ed è proprio lì che ho creato tutte le grafiche utilizzate per i contenuti.

Mi sono avvicinata anche per la prima volta all'editing con wordpress.

Per quanto riguarda il lavoro svolto durante il mio periodo di stage, ho visto e messo mano su alcuni obiettivi che avevo elencato, o che mi erano stati richiesti all'inizio del percorso; tanti ancora se ne possono raggiungere, continuando a creare ed editare. A livello di mantenimento social/visibilità sarebbe opportuno continuare con gli stessi ritmi di presenza/pubblicazione di questi ultimi mesi, per poter avere anche risultati più tangibili nel tempo.

Come ho detto fin dall'inizio sono fermamente convinta che per Simeg sarebbe molto utile mostrare e raccontare più da vicino e dal vivo, anche con rubriche dedicate, consigli, curiosità sulla scelta di materiali, abbinamenti, mostrando lavorazioni, prodotti e ambienti.

Dal mio punto di vista però, la cosa più importante sarebbe quella di stabilire un dialogo, parlando direttamente con gli attuali e i potenziali clienti attraverso i social, creando un rapporto di fiducia e collaborazione, mostrando allo stesso tempo che l'azienda non è solo marmo e pietra, ma ha un'anima e dei volti, così da affermare ulteriormente la Brand Awareness di Simeg nel proprio settore.