



INTERVISTA A

ALESSANDRA GESSI

FONDATA NEL 1981, NEWFORM È GUIDATA DA TIZIANO E ALESSANDRA GESSI - AD DELL'AZIENDA - TIMONIERI DI QUESTA IMPORTANTE REALTÀ IMPRENDITORIALE DEL MADE IN ITALY. IN PIÙ DI 40 ANNI L'IMPRESA È CRESCIUTA FINO A DIVENTARE UNA DELLE GRANDI PROTAGONISTE DEL SETTORE RUBINETTERIA DI ALTA GAMMA PER BAGNO E CUCINA. LA RICERCA È IL FULCRO ATTORNO A CUI RUOTA IL SUCCESSO DELL'AZIENDA, CHE HA SCELTO IL DESIGN COME SEGNO DISTINTIVO, MATERIALI RAFFINATI E TECNOLOGIA ATTENTA ALL'AMBIENTE, BELLEZZA NELLA QUOTIDIANITÀ. OGGI IL DESIDERIO DI NEWFORM È PARLARE CON UNA VOCE NUOVA E PIÙ FRESCA, PER RACCONTARE LA SUA RICCA STORIA E I SUOI VALORI.

Quali sono gli obiettivi e su quali valori si basa la nuova strategia di comunicazione Newform?

Da qualche anno abbiamo sentito la necessità di compiere dei cambiamenti all'interno dell'azienda, intraprendendo un nuovo e importante percorso di riorganizzazione per renderla più veloce e dinamica. Dopo un'attenta analisi abbiamo deciso di comunicare su diversi canali, soprattutto i social media, su cui siamo sempre stati poco presenti. Di conseguenza, utilizzando un nuovo linguaggio abbiamo iniziato a raccontarci spiegando la nostra filosofia, anche attraverso video emozionali, e da qui è iniziato il nostro nuovo percorso di comunicazione. In questo cambio di passo è stato coinvolto anche il personale interno. Abbiamo organizzato dei corsi di formazione proprio per spiegare le nuove strategie aziendali e fare in modo che si creasse una buona sintonia fra noi e i nostri dipendenti. Abbiamo reso il sito web più interattivo e di facile consultazione e, a cascata, abbiamo modificato anche la presentazione dei listini e rinnovato i nostri cataloghi. Gli stessi prodotti sono veicolo di comunicazione per l'azienda, così ci siamo concentrati su questo aspetto perché il prodotto esprime la filosofia e la qualità Newform. È stato un grosso lavoro, svolto in sinergia con l'ufficio marketing e quello commerciale, per essere al passo con i veloci cambiamenti del mercato.

In occasione del Salone del Mobile il vostro stand era di forte di impatto, trasmetteva un messaggio di cambiamento, parlava del vostro nuovo percorso. Qual è stata la risposta del vostro pubblico, della vostra rete?

Il Salone è stato un momento davvero importante e il feedback molto positivo. Abbiamo incontrato i clienti di persona e questo ci ha permesso di rafforzarne la fidelizzazione, ne abbiamo incontrato di nuovi, e anche diversi designer sono venuti da noi. C'era molta curiosità e interesse per quello che stiamo comunicando, cosa che ci ha dato molta soddisfazione. Il Salone è anche stato l'occasione per ri-raccontare l'azienda, la sua identità e il saper fare, ma anche per ascoltare e comprendere le esigenze dei nostri clienti. Credo che l'ascol-



to sia fondamentale per migliorare il nostro servizio ed essere pronti a cogliere nuove esigenze del mercato. Certamente anche lo stand esprimeva il nostro entusiasmo e convinzione di proseguire in questa direzione e sono certa che i nostri clienti la condividano poiché abbiamo avuto - e abbiamo tutt'ora - riscontri molto incoraggianti. La nostra clientela è curiosa e pronta a relazionarsi in modo diverso con l'azienda Newform.

Penso che riuscire a consolidare il nostro lavoro, condividendo gli obiettivi con le persone di riferimento sia un grande successo, soprattutto in un momento storico come questo, denso di sfide che un'azienda produttrice deve affrontare.

Questo non è un punto di arrivo ma di ripartenza per consolidare e migliorare sempre più la presenza di Newform sul mercato, affrontando l'incertezza di questi mesi con tutta la serenità possibile.

Ci siamo resi conto che abbiamo tanto da raccontare e lo vogliamo fare, con la trasparenza che ci contraddistingue da sempre.

OSSERVATORIO
ARREDOBAGNO
2022

Puoi vedere tutti i contributi video della tavola rotonda sul nostro sito www.ilbagnone.it