



Think.
Listen.
Change.

Case studies: tutte le nostre storie di cambiamento

I nostri *case studies*

Che cos'hanno in comune: la creatività, i social media, un e-commerce, la user experience design, le campagne online, l'analisi dello scenario e delle performance, la SEO, il SEM e l'influencer marketing?

In TLC hanno molto in comune: sono tutte cose che nascono da una strategia ad hoc, studiata a tavolino e – fondamentale – sulla base di obiettivi di comunicazione condivisi col cliente.

"Qual è il modo migliore di raggiungere quegli obiettivi?"

"Quali sono gli ingredienti giusti?"

"In quali dosi esatte?"

Solo rispondendo prima a queste domande la ricetta della Digital Transformation è perfetta.

Altrimenti, è la solita zuppa.

Health with Care



La partnership tra Esaote e TLC, iniziata nel 2012, si è consolidata negli anni, guidando l'azienda verso una costante innovazione digitale. Nel 2023, un ambizioso progetto di rebranding è culminato nel lancio di una nuova piattaforma web a gennaio 2024, segnando un vero riposizionamento del brand sul mercato.

L'obiettivo primario era riflettere il pay-off aziendale "Health with care", trasmettendo l'impegno di Esaote nel migliorare la qualità della vita di medici e pazienti. Il risultato è un sito che bilancia funzionalità e design, rispondendo ai bisogni specifici dei principali target attraverso un'esperienza utente intuitiva e personalizzata.

Grazie alla nuova sezione, "Solutions for", gli utenti possono esplorare le proposte Esaote secondo applicazioni cliniche specifiche, trovando con facilità risposte mirate alle proprie esigenze. Inoltre, grazie all'ampia valorizzazione dell'area educativa, ora al centro della piattaforma, i medici e professionisti possono accedere a risorse didattiche di alta qualità per aggiornarsi e approfondire competenze.

Con questa piattaforma, Esaote non ha solo modernizzato la propria immagine, ma ha consolidato il proprio ruolo come leader nelle soluzioni cliniche integrate e personalizzate, rafforzando ulteriormente la sua connessione con il target di riferimento.

Cosa abbiamo fatto

creativity | brand strategy | brand innovation |
corporate communication | sustainability communication |
UX/UI design | website design



Vivi un sogno con le nostre minipiscine



Dimhora è un'azienda storica nel campo del wellness e tratta con autorevolezza prodotti di qualità nel campo delle minipiscine, delle vasche idromassaggio. Il sito rappresenta il cuore della strategia digitale, un luogo capace di intercettare il traffico generato dai vari canali e di trasformarlo in opportunità di business. La piattaforma è progettata per instaurare una relazione autentica con i potenziali clienti, immergendoli nel mondo Dimhora e facendo scoprire loro l'impegno e la cura che caratterizzano ogni aspetto del brand.

Un'analisi qualitativa del customer journey ha permesso di sviluppare un'architettura informativa mirata a soddisfare le intenzioni di ricerca degli utenti e a rendere più agevole il percorso verso la conversione. Tra le funzionalità di punta troviamo filtri avanzati per la ricerca del prodotto e un comparatore con navigazione step-by-step per un'esperienza personalizzata e intuitiva. Questi strumenti non solo migliorano l'usabilità, ma contribuiscono a ridurre il tempo necessario per individuare il prodotto desiderato, accorciando il funnel di conversione e incrementando l'engagement dell'utente.

Il sito integra una sezione blog-magazine dedicata a ispirare gli utenti e a generare nuove esigenze. Il nuovo sito Dimhora infatti non è solo una piattaforma di vendita, ma un ecosistema digitale che celebra il made in Italy, posizionando il brand come leader nel mercato del design e dello stile di vita domestico. Un esempio di come l'unione di tecnologia, narrativa e valori aziendali possa creare un'esperienza digitale capace di coinvolgere e fidelizzare i clienti.

Cosa abbiamo fatto

creativity | brand identity | brand innovation | digital strategy |
content marketing | UX/UI design | website design | customer
solutions



Nuove conquiste per chi vive con la sclerosi multipla



AISM, Associazione Italiana Sclerosi Multipla, è l'unica organizzazione in Italia che si occupa in modo strutturato e organico di tutti gli aspetti legati alla sclerosi multipla, attraverso una prospettiva d'insieme che abbraccia il tema dei diritti delle persone con SM, i servizi sanitari e socio-sanitari, la promozione, l'indirizzo e il finanziamento della ricerca scientifica.

AISM ha intrapreso un progetto di comunicazione con l'obiettivo di incrementare significativamente la base associativa, rendendo il Socio il centro pulsante del Movimento. Il punto di partenza è stato lo sviluppo di un piano di advertising Meta full funnel. L'attività si è concentrata su tre aspetti fondamentali: creatività, performance e sensibilizzazione.

Attraverso la realizzazione di copy incisivi e visual emozionali, uniti a una configurazione tecnica ottimizzata delle campagne, AISM ha potuto raggiungere target audience diversificate, sollecitando le diverse componenti del Movimento. L'obiettivo era chiaro: trasformare la sensibilizzazione in azione concreta, generando nuove iscrizioni e rafforzando il senso di appartenenza tra le persone con SM e i loro familiari. Questo progetto non si limita al breve termine, ma punta a creare un cambiamento culturale duraturo. AISM ha gettato le basi per una comunicazione sempre più inclusiva e centrata sul Socio, avviando un processo graduale ma incisivo che continuerà a evolversi nel tempo.

Cosa abbiamo fatto

creativity | production | social media advertising



Leader nell'uso cosmetico del burro di karité



Società del **Karité** since 1977

Società del Karité since 1977 è il brand che per primo ha importato e reso protagonista nel settore cosmetico il burro di karité.

Il sito è stato ottimizzato per intercettare e convertire il traffico, attraverso una serie di miglioramenti: dall'architettura informativa ottimizzata per allinearsi alle intenzioni di ricerca degli utenti, alla SEO avanzata per garantire un posizionamento solido sui motori di ricerca, fino all'esperienza utente rinnovata, resa più fluida e piacevole per accompagnare il cliente lungo il customer journey. Grazie a un approccio focalizzato sui bisogni e sui comportamenti dei consumatori digitali, il sito ora rappresenta un luogo non solo per le vendite, ma anche per il consolidamento dei valori del brand, dove l'enfasi visiva e narrativa sulla qualità delle materie prime è elemento distintivo rispetto ai competitor.

Un pilastro fondamentale della strategia è stata la creazione di un Brand Store dedicato su Amazon Marketplace, concepito per consolidare la presenza online dell'azienda e massimizzare il potenziale di conversione.

Altro aspetto di rilievo della strategia è stata la creazione di una content strategy corporate e di prodotto, progettata per allinearsi ai bias cognitivi ed emotivi dei consumatori moderni. È stato sviluppato un piano editoriale social basato su tre pilastri: storytelling del brand, per attrarre nuovi utenti e consolidare il posizionamento; sostenibilità, con focus su trasparenza e autenticità; materie prime e qualità, valorizzando il processo produttivo unico.

Cosa abbiamo fatto

creativity | UX/UI design | customer solutions | social media
marketing



La digital transformation che certifica l'evoluzione



IMQ rappresenta una delle più importanti realtà italiane nel settore della valutazione della conformità. IMQ ha avviato un ambizioso percorso di digital transformation con l'obiettivo di rafforzare la propria presenza online e rispondere alle esigenze di un target diversificato. Il progetto si è concretizzato nella realizzazione di un nuovo sito web capace di combinare chiarezza comunicativa, navigazione intuitiva e un'esperienza utente di alto livello.

L'intera esperienza di navigazione è stata progettata per incrementare il traffico qualificato e portare gli utenti alla conversione. Attraverso la compilazione di form chiari e intuitivi, il nuovo sito facilita l'interazione con il target, promuovendo la partecipazione attiva a corsi di formazione e altre attività offerte da IMQ.

La progettazione del menu dropdown è stata centrale per semplificare l'accesso alle informazioni richieste. Insieme al posizionamento strategico di entry point, il sito guida l'utente in un percorso intuitivo che soddisfa rapidamente le sue esigenze. Inoltre, per garantire visibilità e prestazioni eccellenti, il nuovo sito è stato interamente ottimizzato in ottica SEO, migliorando il posizionamento sui motori di ricerca per le query di settore.

Il nuovo sito IMQ rappresenta oggi un punto di riferimento nel settore delle certificazioni, grazie a un mix vincente di design innovativo, comunicazione efficace e funzionalità avanzate. Una piattaforma che traduce la complessità in semplicità, rispondendo alle esigenze di un pubblico sempre più ampio e diversificato.

Cosa abbiamo fatto

creativity | brand strategy | UX/UI design | website design |
SEO & SEM



Lo spazio dedicato ai veterinari con soluzioni personalizzate



Esaote VET è la divisione veterinaria del Gruppo Esaote, attualmente uno dei principali produttori mondiali di sistemi di imaging diagnostico. Nel settore veterinario detiene una quota di mercato globale superiore al 50%.

Lanciato insieme alla nuova identità aziendale, il sito rappresenta un punto di riferimento per i professionisti vet. I veterinari, oggi più che mai, necessitano di un partner affidabile con cui confrontarsi e rimanere aggiornati. Esaote Veterinary ha risposto a questa esigenza creando uno spazio digitale che facilita la connessione tra professionisti, supportando una comunicazione costante e favorendo la condivisione di esperienze cliniche.

La piattaforma valorizza l'importanza della formazione continua attraverso una sezione dedicata a webinar online e appuntamenti in presenza, offrendo momenti di confronto con esperti del settore. Inoltre, un'area dedicata alle ultime news ed eventi consente ai veterinari di rimanere sempre aggiornati sulle novità. Uno degli elementi distintivi del sito è lo spazio riservato alle testimonianze di colleghi, specialisti ed esperti, arricchito da casi studio di interesse pratico. Questo approccio permette ai veterinari di confrontarsi con le esperienze reali di chi vive le stesse sfide quotidiane, creando un dialogo autentico tra i professionisti.

Con un'attenzione particolare ai servizi di supporto, la piattaforma offre soluzioni mirate su diversi ambiti, pensate per rispondere alle esigenze specifiche dei veterinari, dalle tematiche cliniche al customer care.

Cosa abbiamo fatto

creativity | brand strategy | brand innovation | corporate
communication | UX/UI design | website design



Nati nel 1831. Da allora in volo



Attivo nei campi dell'edilizia e dello yachting, dal 1831 il Gruppo Boero rappresenta la passione per l'eccellenza con i suoi numerosi brand – alcuni dei quali altrettanto storici: quasi due secoli di esperienza, caratterizzati da un approccio human-centred tanto verso i dipendenti quanto verso il cliente finale.

Gruppo Boero ha intrapreso un importante progetto di rinnovamento, volto a consolidare il proprio posizionamento internazionale e comunicare i valori che da quasi due secoli guidano la sua evoluzione. Il risultato è un nuovo sito istituzionale, una piattaforma corporate che combina tradizione, innovazione e internazionalità per raccontare al mondo la storia di un brand che ha fatto del colore e della bellezza italiana la sua essenza.

Il progetto si è sviluppato partendo dai pilastri fondamentali del Gruppo: qualità, passione e un impegno costante verso l'innovazione. Il sito si distingue per una visual identity riconoscibile, studiata per esaltare l'eleganza e l'unicità del brand, e per una navigazione semplice e intuitiva, che consente agli utenti di immergersi nei valori e nella storia del Gruppo.

Parte integrante del progetto è stato lo sviluppo del video istituzionale, che sintetizza l'essenza del Gruppo. Attraverso immagini evocative, il video celebra la capacità del brand di rispondere alle sfide di un mercato in evoluzione, creando al contempo una rete di conoscenze e collaborazioni per migliorare la sostenibilità e le performance dell'intera filiera del colore.

Cosa abbiamo fatto

creativity | production | brand innovation | corporate
communication | UX/UI design | website design | sustainability
communication





Dedicato ai professionisti del food&beverage

GrosMarket
Food & Service a tua misura

GrosMarket Sogegross rappresenta il brand di riferimento per tutta la clientela professionale horeca: conosce a fondo le esigenze del cliente food&beverage e ne segue le evoluzioni proponendo sempre soluzioni adeguate a soddisfarle.

GrosMarket ha intrapreso un percorso di potenziamento della propria presenza digitale, attraverso una strategia su più livelli, a partire da un intenso lavoro sulle piattaforme Meta, con campagne tattiche, di lead generation e di brand building che hanno consolidato la sua immagine di riferimento nel settore, attirando nuovi clienti e rafforzando la connessione con quelli esistenti. Una campagna always on ha garantito una presenza costante, incrementando la brand awareness e supportando le attività organiche con un ritorno positivo su tutti i KPI, grazie a una continua ottimizzazione delle performance. Parallelamente, su Google Ads è stata avviata una campagna focalizzata sulle aree in cui GrosMarket è presente con i propri punti vendita.

Il progetto si è articolato sul rafforzamento del presidio su parole chiave legate al brand, l'attrazione di nuova clientela verso i negozi fisici attraverso campagne locali e l'intercettazione della domanda consapevole con campagne di ricerca no brand, mirate a generare registrazioni delle tessere.

Queste attività hanno consentito di lavorare sia su un pubblico già orientato alla visita in negozio, sia su utenti in fase di esplorazione, portandoli a conoscere i servizi e a effettuare conversioni.

Cosa abbiamo fatto

creativity | production | advertising | social media marketing |
social media advertising | data analysis | UX/UI design |
performance marketing

Il palcoscenico digitale per l'eccellenza artistica



Con decenni di esperienza, competenza e know-how in tutti gli aspetti del business dell'intrattenimento in tutto il mondo, Selection International Entertainment offre ai clienti soluzioni impeccabili. L'obiettivo principale è fornire intrattenimento emozionante e memorabile che superi le aspettative attraverso un progetto di rinnovamento digitale che migliori la propria visibilità online, ottimizzi i processi interni e rafforzi il legame con clienti e talenti.

Al centro del progetto la necessità di riposizionare il brand, rendendolo sinonimo di affidabilità, creatività e modernità. Un nuovo sito web, concepito secondo un approccio mobile-first, è stato progettato per garantire un'esperienza utente ottimale sia per i clienti che per i talenti artistici. La struttura e i contenuti sono stati studiati per facilitare la navigazione e l'accesso alle informazioni, con l'obiettivo di coinvolgere e convertire utenti attraverso form di candidatura intuitivi e chiari.

Un elemento distintivo del progetto è stata l'integrazione tra il sito web e il software di gestione interno dell'azienda. Grazie alla creazione di un'area riservata, artisti e collaboratori possono ora accedere a strumenti per lo scambio di informazioni, semplificando comunicazioni e iter burocratici.

Questa trasformazione digitale ha dimostrato come un mix di innovazione tecnologica, strategie di marketing mirate e un approccio orientato alla user experience possa portare a una crescita tangibile in un settore così dinamico come quello dell'intrattenimento artistico.

Cosa abbiamo fatto

creativity | digital strategy | UX/UI design | website design



Con la ricerca ESI sentirsi bene è naturale



Dal 1975, ESI opera nel settore dei prodotti fitoterapici, dietetici e degli alimenti naturali. La sua missione è contribuire al benessere dell'individuo con prodotti a elevato standard qualitativo.

ESI ha affrontato una sfida ambiziosa: trasformare la propria comunicazione digitale per avvicinarsi ai consumatori finali, mantenendo coerenza con la comunicazione offline. Questo concetto ha guidato lo sviluppo di una strategia digitale multiplatforma e multicanale, a partire dal completo restyling del sito web.

La nuova piattaforma online è stata progettata per offrire una user experience e una customer experience di alto livello, accessibile da qualsiasi dispositivo, con un'architettura informativa ottimizzata e un menu intuitivo. Per fidelizzare gli utenti, è stato creato il blog "ESI Informa", una fonte di contenuti originali che unisce storytelling, stagionalità e informazioni pratiche. Gli articoli del blog, elaborati secondo una rigorosa strategia SEO, non solo offrono consigli sui prodotti, ma rafforzano anche il posizionamento organico del sito sui motori di ricerca. Il progetto specialisti ha coinvolto medici ed esperti che, grazie anche di una forte presenza digitale, contribuiscono a diffondere il messaggio di ESI attraverso articoli e attività cross-channel, aumentando la portata e la credibilità del brand.

La comunicazione digitale è stata sostenuta da campagne pubblicitarie mirate Google Ads, display network, remarketing e YouTube. Grazie a una strategia di paid social advertising, il brand ha consolidato la propria presenza online, costruendo una community fedele e posizionandosi come leader del settore.

Cosa abbiamo fatto

brand strategy | SEO & SEM | content marketing | advertising |
social media marketing | performance marketing | UX/UI design |
website design



La intranet che cresce con la trasformazione dell'azienda



NIDEC ASI S.p.A. si occupa di progettazione, produzione e installazione di una varietà di motori e generatori di corrente, apparecchiature elettriche ed elettroniche e sistemi di automazione industriale. La collaborazione tra Nidec Asi e il nostro team inizia nel 2003, con la realizzazione del primo progetto di intranet aziendale. Da allora, abbiamo accompagnato l'azienda in ogni fase della sua evoluzione digitale, affrontando restyling, cambi di piattaforma e nuove implementazioni. Oggi, questa Intranet non è più solo uno strumento interno di Nidec Asi, ma è stata adottata da altre 8 aziende del Gruppo Nidec, coinvolgendo oltre 5.000 utenti attivi.

La piattaforma è stata progettata per adattarsi alle esigenze di ogni utente. Grazie alla personalizzazione per gruppi e singoli, offre contenuti e funzionalità mirate, semplificando l'accesso alle applicazioni aziendali esterne, senza la necessità di integrazioni complesse tramite API. Il risultato è un'esperienza digitale coinvolgente e intuitiva, che aumenta l'efficienza operativa degli utenti.

Abbiamo sviluppato un quality reporting system innovativo per la gestione delle non conformità, integrando permessi complessi, flussi di approvazione e notifiche. Il modulo include anche il monitoraggio degli audit interni ed esterni, garantendo una gestione impeccabile della qualità. La piattaforma Intranet supporta anche un sistema help desk di gestione ticket intuitivo e automatizzato. Con un processo guidato a step, gli utenti possono risolvere autonomamente i problemi o aprire ticket preconfigurati che attivano notifiche e flussi di lavoro mirati. Un sistema di reportistica avanzata monitora i tempi di chiusura e gli ambiti delle richieste, migliorando il servizio e ottimizzando le risorse.

Cosa abbiamo fatto

UX/UI design | website design



Ecografi ricondizionati, 100% garantiti da Esaote



E-shop è il canale di vendita online di Esaote riservato agli operatori sanitari e distributori Esaote e un punto di riferimento per i professionisti del settore medico-diagnostico.

Il rebranding del Gruppo Esaote ha rappresentato un momento chiave per rinnovare l'esperienza utente dell'E-shop, riprogettando pagine fondamentali come il carrello, il check-out e la conferma ordine, con una particolare attenzione all'ottimizzazione della navigazione da dispositivi mobili e desktop. In parallelo, è stata sviluppata una nuova architettura informativa per il sito pubblico, basata sull'analisi dello scenario e delle intenzioni di ricerca, con l'obiettivo di facilitare la lead generation. Questo lavoro ha permesso di creare un'esperienza utente intuitiva, razionalizzando i processi di aggiornamento e ottimizzando il funnel di registrazione e acquisto.

Un altro elemento del progetto è stata un'approfondita attività di ottimizzazione SEO: l'E-Shop Esaote è oggi in grado di intercettare efficacemente la domanda consapevole degli utenti in target. Questo approccio ha aumentato il traffico qualificato verso la piattaforma pubblica, migliorando il tasso di registrazione e le opportunità di conversione. Attraverso campagne mirate di cross-selling e up-selling, integrate da attività di email marketing, il progetto ha consolidato il rapporto con la clientela esistente, generando nuove opportunità di acquisto.

Durante momenti chiave dell'anno, come l'estate o il periodo del Black Friday, sono state lanciate campagne Google Search e Meta Ads, supportate da landing page dedicate e da iniziative di email marketing, con avuto un impatto significativo sull'acquisizione di nuovi utenti e sulla promozione di iniziative specifiche.

Cosa abbiamo fatto

creativity | brand strategy | brand innovation | SEO & SEM |
advertising | digital media | UX/UI design | website design |
customer solutions



Se lo fai tu, risparmi di più



Prestitifaidate.it è una Fintech Company brand di Gruppo Santamaria S.p.A. specializzata nel credito online alle famiglie. Il servizio segue le logiche del "self service" nel mondo del credito. PrestitiFaidate.it nasce con l'obiettivo di posizionarsi come punto di riferimento nel settore del credito digitale. Il progetto ha richiesto la creazione di una piattaforma web in grado di coniugare semplicità e coinvolgimento, favorendo l'utente nella compilazione di richieste di prestito online in modo rapido ed efficace.

Il design system e l'UX sono stati sviluppati per comunicare il messaggio centrale del brand: ottenere un finanziamento non è mai stato così facile. Grazie a un'architettura informativa ottimizzata e a un restyling grafico moderno, il sito garantisce agli utenti un accesso immediato alle informazioni rilevanti, incentivandoli a intraprendere l'intero processo online.


Per consolidare la brand awareness e migliorare il posizionamento organico, è stato creato il blog "A Tutto Prestiti", concepito come un hub di contenuti informativi e SEO-friendly. Attraverso articoli originali dedicati ai temi di maggiore interesse, come la cessione del quinto e i finanziamenti personali, il blog ha permesso al sito di acquisire visibilità sui principali motori di ricerca e attrarre un pubblico qualificato.

La piattaforma è stata supportata da campagne Google Ads mirate, progettate per stimolare la richiesta di prestiti e generare lead di qualità. In parallelo, le campagne sui social media hanno promosso i prodotti finanziari del brand, utilizzando una strategia che si rivolge a target altamente profilati, massimizzando il tasso di conversione e consolidando il posizionamento dell'azienda.

Cosa abbiamo fatto

creativity | brand identity | SEO & SEM | content marketing |
advertising | UX/UI design | website design | social media
marketing





E-commerce e creatività per chi vuole esprimere il suo stile

ASTRA MAKE-UP

Astra Make-Up è lo storico brand italiano di cosmetici nato nel 1988 a Todi, dal sogno del chimico e farmacista Giuliano Settimi. Con questo progetto, ci siamo posti l'obiettivo di creare un'esperienza digitale completamente nuova, capace di incarnare i valori del brand attraverso un'experience platform che celebra la libertà di espressione e la creatività, sintetizzata dal payoff "Be You": un invito a essere se stessi, oltre ogni convenzione.

Partendo da un design system innovativo e da una visual identity audace, abbiamo progettato una piattaforma che integra tecnologia, contenuti e user experience. Ogni dettaglio del sito – dall'ottimizzazione SEO all'interfaccia intuitiva – è pensato per offrire agli utenti una navigazione dinamica, veloce e coinvolgente.

Nel 2022, Astra Make-Up ha rafforzato il suo posizionamento partecipando come partner ufficiale di X Factor, firmando i beauty look dei concorrenti e del corpo di ballo dei Live Show. A supporto, abbiamo ideato il social contest "VINCI XF CON ASTRA", un'iniziativa che ha coinvolto la community in un'esperienza interattiva in cui foto o reel in stile selfie, accompagnati dall'hashtag #VINCIXFCONASTRA e un motto personale venivano condivisi su una landing page dedicata, dove gli utenti potevano votarli, creando engagement e amplificando la visibilità del brand.

Una strategia integrata di remarketing, campagne YouTube, e paid social advertising ha supportato gli obiettivi di vendita e rafforzato la brand awareness. Le campagne paid search, mirate sulle query più rilevanti del settore cosmetico, hanno aiutato gli utenti a trovare facilmente i prodotti più adatti ai loro bisogni, consolidando il brand come punto di riferimento per il Make-Up creativo e inclusivo.

Cosa abbiamo fatto

creativity | brand identity | SEO & SEM | content marketing |
advertising | UX/UI design | website design | social media
marketing



Specialisti in risorse industriali



ITALIANA
COKE

Italiana Coke è leader europeo nella produzione di coke per metallurgia, siderurgia e prodotti coibentati. Ha intrapreso un percorso nell'ambito della sicurezza sul lavoro, integrando comunicazione e formazione per promuovere una cultura aziendale orientata alla prevenzione. Questo progetto rappresenta un tassello fondamentale della loro Campagna Sicurezza, che mira a migliorare la percezione del rischio e a consolidare comportamenti sicuri tra i dipendenti.

La formazione è stata organizzata attraverso incontri dinamici, dove si è lavorato su come comunicare efficacemente il rischio, sensibilizzando i preposti e il personale sull'importanza della consapevolezza e dell'ascolto reciproco.

Esperienze pratiche e attività di gruppo hanno rappresentato il cuore del progetto, dimostrando come il lavoro di squadra e la condivisione di obiettivi comuni possano concretamente contribuire alla costruzione di un ambiente di lavoro più sicuro.

Parallelamente, abbiamo collaborato alla definizione di una content strategy per LinkedIn, mirata a rafforzare la reputazione e la rilevanza del brand tra i suoi stakeholder.

Un processo che poggia su tre pilastri fondamentali: competenza, dimostrando il know-how tecnico e l'impegno concreto nei confronti dei temi strategici per l'azienda; etica e integrità, comunicando trasparenza e responsabilità verso le persone e il territorio; rilevanza e affinità, creando contenuti che risuonino con i valori e le aspettative del pubblico di riferimento, con un approccio umano e coinvolgente.

Cosa abbiamo fatto

creativity | production | brand strategy | brand identity |
brand innovation | social media marketing





Non andare a fare la spesa.



Basko rappresenta il core business del Gruppo Sogegross. Il progetto basko.it ha rappresentato una svolta significativa per il marchio, posizionandosi come una fonte autorevole e moderna nel settore del food e trasformando due distinti siti – uno istituzionale e uno dedicato all'e-commerce – in un'unica piattaforma integrata.

Grazie a un'attenta analisi delle customer personas, il portale risponde alle esigenze di diversi profili di utenti, offrendo una navigazione semplice, veloce e intuitiva. La piattaforma si rivolge ai consumatori che desiderano una spesa intelligente e comoda, integrando funzionalità informative, come la sezione ricette, il magazine e i prodotti in offerta. Inoltre, il sito permette di creare liste della spesa personalizzate e offre diverse modalità di consegna: il ritiro in negozio, la consegna a domicilio e il ritiro self-service presso punti locker automatizzati.

La struttura del menu prodotti è stata progettata per replicare l'organizzazione interna di un supermercato fisico, facilitando così l'esperienza d'acquisto. I consumatori possono navigare attraverso categorie chiare e intuitive, che spaziano dai generi alimentari freschi, come frutta, carne e latticini, ai prodotti confezionati, articoli per la casa, prodotti per bambini e animali, fino alle bevande.

Basko.it non è solo un sito di e-commerce, ma un ecosistema digitale completo che punta a semplificare e migliorare l'esperienza del cliente.

Cosa abbiamo fatto

brand strategy | UX/UI design | website design |
customer solutions | content marketing | social media marketing |
advertising | digital media | performance marketing | SEO





La tradizione Tognana si evolve con l'innovazione digitale



Tognana, nata nel 1775, è il principale operatore italiano nel settore della produzione e commercializzazione di servizi da tavola di fascia medio - alta in porcellana, nonché di complementi per la tavola e linee destinate al settore alberghiero, della ristorazione e della torrefazione.

L'obiettivo era creare un canale di vendita diretto per permettere ai consumatori italiani e internazionali di acquistare online i prodotti Tognana. Ciò ha richiesto lo sviluppo di un e-commerce innovativo, integrato con i processi gestionali aziendali, e l'introduzione di una cultura digitale in azienda per avvicinare un target non abituale, senza creare conflitti con i canali tradizionali.

Un elemento chiave è stata la realizzazione di un sito web multilingua e ottimizzato per i motori di ricerca, progettato per posizionarsi attraverso termini competitivi e a coda lunga, mirati a generare acquisti. La misurazione delle performance è stata supportata da un sistema di business intelligence per monitorare il ROI in tempo reale.

La strategia social ha coinvolto attivamente consumatori e rivenditori, con piani editoriali dedicati a Facebook e Instagram. La pagina Facebook, gestita da personale specializzato, ha svolto anche la funzione di customer care in tempo reale.

Cosa abbiamo fatto

brand strategy | UX/UI design | website design | customer solutions | content marketing | social media marketing | advertising | digital media | performance marketing | SEO

Un Golfo da scoprire, una Riviera da vivere.



Progetto Santa Margherita srl è la società in house del Comune di Santa Margherita Ligure (GE) che si occupa della gestione del compendio di Villa Durazzo (parco e ville), degli ormeggi della Marina di Santa, degli stalli per la sosta a pagamento presenti sul territorio comunale e del servizio di bike sharing.

Per il progetto Marina di Santa, è stata sviluppata una presenza digitale capace di riflettere l'identità distintiva della struttura, valorizzando i suoi servizi innovativi e l'impegno verso la sostenibilità ambientale.


L'intervento ha mirato a creare un'esperienza utente intuitiva e coinvolgente, in grado di rispondere alle esigenze di diportisti, turisti e appassionati del mare.

L'interattività ha rappresentato un elemento centrale del progetto. Sono stati implementati moduli avanzati per la prenotazione dei posti barca e per le richieste di informazioni, semplificando la comunicazione e migliorando l'efficienza operativa.

Un focus particolare è stato dedicato alla sostenibilità, con l'inserimento di sezioni mirate a comunicare le iniziative green della marina. Tra queste, il monitoraggio in tempo reale dei consumi di energia e acqua e il percorso verso la neutralità carbonica sono stati raccontati con un linguaggio professionale e un approccio visivo studiato per rafforzare il messaggio.

Cosa abbiamo fatto

digital strategy | UX/UI design | website design | customer solutions | content marketing | sustainability communication | SEO



Design distintivo: riposizionare l'architettura con stile



Studio Modus è uno studio di progettazione architettonica a Bogliasco (GE). Studio Modus mette insieme storie diverse, competenze professionali e visioni differenti tutte accordate sulla stessa idea di bellezza e di qualità dell'abitare e del vivere.

Per Studio Modus, il nostro obiettivo era chiaro: riposizionare l'azienda come punto di riferimento per i progetti di edilizia di lusso, sia nel segmento residenziale che nel settore B2B, con un focus particolare sui prestigiosi progetti legati alla riviera.

La prima fase del progetto ha visto la definizione di un concept distintivo e coerente con il posizionamento dell'azienda. Studio Modus non è semplicemente studio di progettazione architettonica: è un partner strategico che unisce esperienza, affidabilità e innovazione per trasformare ogni progetto in un'opera unica, caratterizzata da qualità e cura dei dettagli.

Per tradurre questo posizionamento in una piattaforma digitale efficace, abbiamo lavorato su diversi livelli.

Ottimizzazione UX e UI per garantire una navigazione intuitiva, fluida e mobile-first, offrendo agli utenti un'esperienza piacevole ed efficace; architettura informativa migliorata per rispondere alle principali intenzioni di ricerca degli utenti, rendendo più semplice trovare informazioni utili e pertinenti; posizionamento SEO sui motori di ricerca, incrementando il traffico organico e migliorando la visibilità del brand.

Cosa abbiamo fatto

brand strategy | brand identity | creativity | UX/UI design |
website design | content marketing | social media marketing

Diamo credito al tuo mondo



Figenpa è una società italiana iscritta dal 2004 nell'elenco degli intermediari finanziari. Grazie alla presenza sul territorio nazionale con una capillare rete di 32 agenzie dirette nelle principali città italiane e diversi agenti in attività finanziaria esterni, sta costruendo una posizione di rilievo nel mercato italiano del credito.

Il progetto ha avuto l'obiettivo di riposizionare il brand Figenpa, creando un sito web capace di incrementare il business nel mercato digitale e ampliare il bacino di potenziale clientela, coinvolgendo un nuovo target aspirazionale.

È stata quindi implementata una digital strategy fortemente orientata al performance marketing, supportata da un'attività capillare di data analysis. L'obiettivo era incrementare il traffico di utenti in target e portare questi ultimi a convertire tramite una serie di form e pop-up, studiati per adattarsi alle diverse pagine e al comportamento degli utenti.

In un settore altamente competitivo, Figenpa ha puntato a differenziarsi capitalizzando il posizionamento espresso dal payoff "Diamo credito al tuo mondo". Il copywriting e la creatività hanno lavorato intorno al binomio fiducia-umanità, elementi cruciali in un ambito delicato come quello dei prestiti.

Cosa abbiamo fatto

brand strategy | creativity | digital strategy | UX/UI design |
website design | content marketing | advertising | digital media |
performance marketing | SEO

E-commerce d'autore: il gusto del caffè al centro



International Coffee Day



Cellini è leader italiano nella produzione di caffè macinato, in grani, in cialde e capsule di alta qualità. La sua filosofia unisce gli aspetti migliori della torrefazione tradizionale ad un processo produttivo certificato e tecnologico.

La creazione dell'e-commerce Cellini ha rappresentato una sfida ambiziosa: sviluppare una piattaforma digitale capace di rispondere alle esigenze di un mercato in costante evoluzione, posizionando il brand come riferimento autorevole nel settore del caffè.

Il progetto aveva l'obiettivo di consentire la vendita online dei prodotti in Italia, Francia e Inghilterra, adeguando Cellini alle tendenze del mercato e ai principali competitor, e rinnovando al contempo la presenza online del marchio a livello locale e internazionale.

Uno degli elementi distintivi del progetto è stata la capacità di integrare due anime di Cellini in un'unica piattaforma: da un lato, l'e-commerce dedicato alla vendita di caffè e bevande calde in diversi formati; dall'altro, i contenuti istituzionali che raccontano la storia, la tradizione artigianale e la passione del brand.

Questo approccio ha permesso di posizionare il sito non solo come un canale di vendita, ma come una vetrina che valorizza l'identità e i valori di Cellini. I visitatori possono scoprire la storia del brand, la tradizione artigianale e la passione che caratterizzano il lavoro di Cellini.

Un'attenzione particolare è stata dedicata all'ottimizzazione SEO della piattaforma, con contenuti indicizzati e una struttura pensata per garantire la massima fruibilità delle informazioni.

Cosa abbiamo fatto

digital strategy | UX/UI design | website design | customer solutions | content marketing | social media marketing | SEO



PRONTI PANINO AZIONE



Vandemoortele nasce come azienda familiare belga nel 1899 e oggi è una multinazionale leader nella produzione di specialità da forno surgelate e parzialmente cotte, destinate a clienti professionali del retail e del foodservice.

Per Vandemoortele Bakery Italia, il progetto web ha segnato un'evoluzione importante, puntando a consolidare la leadership dell'azienda nel mercato italiano attraverso un cambio di prospettiva: dalla valorizzazione del prodotto all'esaltazione dell'esperienza del consumatore. Questo approccio ha trasformato il brand in un vero e proprio "fornitore" di emozioni, instaurando una relazione più profonda e personale con i clienti. Il valore aggiunto non risiede più solo nella qualità del prodotto, ma anche nell'esperienza che questo è in grado di generare, seguendo i principi dell'experience marketing.

Un ruolo cruciale è stato giocato dalla promozione del concorso Artista del Panino, organizzato in collaborazione con Bargiornale e l'Accademia del Panino Italiano. Questo evento rappresenta non solo un'occasione per valorizzare il brand, ma anche un'opportunità per coinvolgere attivamente la community.

La strategia social ha dato ampio spazio alle ricette gourmet dei vincitori delle passate edizioni, ai protagonisti del concorso e alla giuria che decreta il vincitore. La comunicazione, suddivisa in più fasi pianificate durante l'anno, culmina nella copertura live dell'evento finale, amplificata da campagne media per massimizzare la visibilità e raggiungere il pubblico in target.

Cosa abbiamo fatto

brand strategy | UX/UI design | website design | content marketing | creativity | social media marketing | advertising | data analysis | performance marketing

Strategie horeca: il blog dedicato ai professionisti



AGRITECH®, marchio di Vandemoortele, è il riferimento in Italia per i prodotti di pane. Nasce nel 1986 a Ravenna con l'obiettivo di offrire servizio e qualità ai baristi e ai ristoratori italiani: poter disporre di pane sempre fragrante in ogni momento della giornata, evitando sprechi.

Il progetto ha avuto come obiettivo la creazione di un canale digitale B2B che diventasse un punto di riferimento per i professionisti del settore Horeca che vogliono utilizzare al meglio i prodotti AGRITECH®. Questo canale è stato pensato per aiutare i professionisti a superare la tradizionale concezione del panino "classico" e trasformarlo in un prodotto innovativo, semplice ma allo stesso tempo creativo.

La content strategy è stata costruita attorno a un piano editoriale che includeva non solo ricette originali, ma anche contenuti narrativi trasversali, come la storia del pane, delle farine, le tipicità regionali e tutto ciò che circonda il mondo del pane. Un'attenzione particolare è stata dedicata agli ingredienti utilizzati nelle ricette, per offrire ai professionisti non solo idee culinarie, ma anche approfondimenti sui prodotti stessi.

I canali social hanno avuto un impatto fondamentale nel raccogliere lead da potenziali clienti, grazie a campagne di social advertising su Facebook e Instagram. Queste campagne hanno amplificato la portata dei contenuti, aumentando sia l'engagement della fanbase che l'ampiezza della massa critica, il tutto con costi contenuti.

Cosa abbiamo fatto

brand strategy | UX/UI design | website design | content
marketing | social media marketing | advertising | digital media |
performance marketing

L'e-commerce per il natural home feeling



Dal 1987 Polti è leader nella produzione di piccoli elettrodomestici per la pulizia a vapore, aspirapolveri di ultima generazione e ferri da stiro con caldaia.

Il progetto Polti e-commerce ha rappresentato una tappa fondamentale nel percorso di digitalizzazione del brand. L'obiettivo non era solo quello di creare una piattaforma dove acquistare i prodotti online, ma anche di rinnovare la presenza del marchio a livello locale e internazionale, valorizzando la sua identità e rafforzando il legame con i consumatori. È stata quindi sviluppata una strategia digitale che unisce design, tecnologia e comunicazione. Il concept alla base del progetto, Natural Home Feeling, riflette la visione di Polti: rendere la casa un luogo più caldo, accogliente e naturale. Questa idea è stata il filo conduttore per la creatività e la struttura del sito, concepito come una soluzione innovativa che unisce funzionalità e storytelling.

Fin dall'inizio, il piano SEO è stato un pilastro centrale della strategia. Ogni aspetto del sito è stato ottimizzato per garantire un posizionamento competitivo sui motori di ricerca, sia in Italia che nei mercati internazionali.

Il sito è stato lanciato in sei versioni linguistiche, tra cui italiano, inglese, francese, spagnolo, tedesco e portoghese, per rispondere alle esigenze dei consumatori nei principali mercati europei. Questa internazionalizzazione consente a Polti di raggiungere un pubblico più ampio e di consolidare la sua presenza come leader del settore.

Cosa abbiamo fatto

brand strategy | UX/UI design | website design | customer solutions | content marketing | social media marketing | advertising | digital media | performance marketing | SEO



L'unione fa la luce.



GRUPPO RAINA

IDEALLUX®

Lookup

COLOMBO

GRUPPO RAINA
L'unione fa la luce.

Gruppo Raina è il brand che raggruppa sotto lo stesso nome i marchi Ideallux – apparecchi per l'industria e il terziario, Lookup – apparecchi decorativi e Colombo – apparecchi stradali e da esterno. Il gruppo ha come mission la progettazione e la produzione di sistemi di illuminazione, certificati 100% Made in Italy.

La nuova identità visiva e comunicativa del brand è stata progettata nel segno della continuità, rispettando le radici storiche del gruppo, ma al tempo stesso introducendo elementi di modernità e innovazione.

Per il lancio della nuova identità è stata ideata una campagna di comunicazione che ruota attorno al pay-off "L'unione fa la luce", un messaggio chiaro che sottolinea la sinergia tra i tre marchi riuniti sotto lo stesso tetto.

Parallelamente, è stata sviluppata una strategia di comunicazione integrata per raggiungere il pubblico target attraverso diversi canali. Per mantenere alta l'attenzione del mondo professionale, sono state realizzate campagne su riviste di settore, mentre il digitale ha giocato un ruolo cruciale per amplificare il messaggio.

Un elemento chiave del progetto è stata la creazione di una landing page dedicata, progettata per presentare il catalogo prodotti e il listino prezzi. Questo strumento non solo ha incrementato il traffico al sito, ma ha anche generato numerosi lead qualificati, grazie a un modulo di contatto semplice e intuitivo.

Cosa abbiamo fatto

brand strategy | content marketing | creativity | social media
marketing | advertising | data analysis | performance marketing



Il mare è tuo



Guardiani della Costa è un progetto di citizen science per la salvaguardia del litorale italiano promosso da Costa Crociere Foundation e rivolto a studenti e docenti degli istituti di secondo grado per preservare la qualità ambientale delle coste italiane.

Il sito web è stato progettato per enfatizzare gli aspetti etici, scientifici e didattici dell'iniziativa. Priorità è stata data ai contenuti di approfondimento, arricchiti da webinar e video tutorial che permettono a docenti e studenti di prepararsi per le uscite sul campo e le attività di rilevamento ambientale.

Per supportare ulteriormente il progetto, è stata sviluppata un'app mobile, attraverso cui studenti e insegnanti possono accedere ai dati raccolti durante le attività sul campo, condividere informazioni e foto, e visualizzare una mappa interattiva della costa italiana.

Guardiani della Costa rappresenta un esempio virtuoso di come il digitale possa supportare progetti educativi e ambientali, coinvolgendo nuove generazioni in attività concrete per la tutela del territorio. Grazie al sito web e all'app mobile, il progetto ha saputo trasformare un'importante sfida in un'opportunità di crescita, sensibilizzazione e partecipazione.

Cosa abbiamo fatto

brand strategy | UX/UI design | website design | content
marketing | creativity | app development



Global Italian Food Traders



Alifood è global food trader per prodotti alimentari Made in Italy. Il suo core business si espande su diversi mercati internazionali e offre i suoi servizi a produttori, ristoratori, trader, grocery e industrie alimentari di tutto il mondo. L'obiettivo principale era consolidare la presenza nei Paesi del Sud-est asiatico, Nord America e Medio Oriente, offrendo una comunicazione innovativa e di alta qualità che riflettesse i valori del Made in Italy.

Il progetto si è basato su un concept originale, capace di unire creatività e tecnologia per valorizzare l'essenza del Food Made in Italy e dell'Italian style.

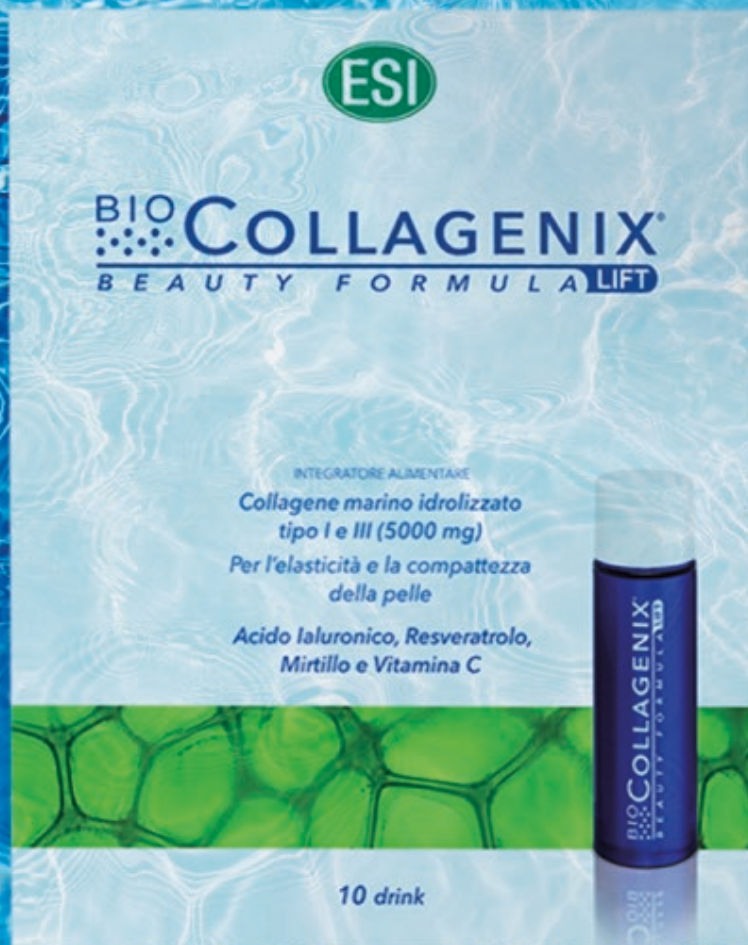
Il restyling del sito istituzionale di Alifood e del sito dedicato alla regalistica aziendale, Hampers & Presents, ha rappresentato un elemento cardine del progetto. Parallelamente, la creazione del blog Italian Feelings ha arricchito la strategia digitale, offrendo uno spazio dedicato alla diffusione della cultura del cibo Made in Italy.

Una campagna di advertising sulla rete display ha rafforzato la nuova brand identity di Alifood a livello globale, portando traffico qualificato per il lancio del nuovo sito. La strategia di posizionamento è stata particolarmente efficace in mercati chiave come USA, Giappone e Arabia Saudita.

Cosa abbiamo fatto

brand strategy | brand identity | UX/UI design | website design |
content marketing | advertising | performance marketing |
data analysis | SEO





BIOCOLLAGENIX[®]
BEAUTY FORMULA LIFT

Biocollagenix è un brand di ESI, società che opera nel settore dei prodotti fitoterapici, nutraceutici, dietetici ed integratori alimentari. Biocollagenix è la linea di integratori anti-age realizzata per rallentare il processo di formazione delle rughe, a base di collagene marino.

Il restyling del sito Biocollagenix.it ha avuto l'obiettivo di lanciare i nuovi prodotti della linea. Il progetto ha visto la creazione di una piattaforma facilmente navigabile, dove gli utenti possono trovare risposte dettagliate sui prodotti e approfondire le informazioni che li riguardano. La principale finalità del sito era accompagnare l'utente nella scelta del prodotto giusto, con un focus strategico sullo strumento "trova il punto vendita", che guida l'utente verso la conversione finale.

Ogni scheda prodotto è stata arricchita con contenuti di valore, mentre una sezione dedicata ai consigli di bellezza è stata pensata per attrarre nuovi utenti, migliorando la reputazione del brand e favorendo l'engagement. Tutte le pagine del sito, comprese le schede prodotto e le sezioni di approfondimento, sono state ottimizzate in ottica SEO per garantire visibilità e traffico organico.

Un elemento centrale della strategia è stata la creazione di un blog, focalizzato su consigli di bellezza scritti dalla redazione aziendale e da esperti di settore. Questo hub di alta qualità ha avuto un doppio scopo: coinvolgere gli utenti e migliorare il posizionamento organico su parole chiave, anche molto broad, aumentando la visibilità online di Biocollagenix.

Cosa abbiamo fatto

brand strategy | UX/UI design | website design | content
marketing | advertising | digital media | performance marketing |
SEO





CENTRO STUDI ITALIANI
Polo Universitario Internazionale
dal 1985

Fondato nel 1985, Centro Studi Italiani è una scuola di lingue, specializzata nell'insegnamento della lingua e della cultura italiana a studenti internazionali. Dalla sua fondazione la scuola ha formato oltre 16.000 studenti, di tutte le età, provenienti da tutto il mondo.

Il progetto nasce dalla volontà di ridefinire il posizionamento della scuola come un polo internazionale capace di raccontare la vera Italia attraverso una metodologia didattica immersiva e coinvolgente.

"E se invece di insegnare l'italiano, una scuola insegnasse la vera Italia?" Questo è il concept che abbiamo sviluppato per raccontare un approccio educativo unico, che invita gli studenti a scoprire non solo la lingua, ma anche i valori, i luoghi e lo stile di vita italiani. Sin dal 1985, Centro Studi Italiani accompagna gli studenti in un viaggio culturale che intreccia il linguaggio con l'esperienza diretta, permettendo di parlare e vivere l'italiano in modo autentico.

Il cuore del progetto è stato lo sviluppo di una nuova experience platform, pensata per raccontare la ricchezza dei percorsi formativi offerti e l'innovativa metodologia d'insegnamento, così come le sedi della scuola, ma anche per aprire una finestra sulle città ospitanti, offrendo consigli utili su alloggi, escursioni e attività per vivere un'autentica Italian Experience. L'intera narrazione del brand è stata concepita per immergere gli utenti in un racconto a 360° della cultura italiana, con una strategia di comunicazione che va oltre il contesto accademico, abbracciando tutti gli aspetti della vita italiana.

Cosa abbiamo fatto

brand strategy | brand identity | creativity | UX/UI design |
website design | content marketing



VUOI DIVENTARE ANCHE TU UN CASO DI SUCCESSO?

Contattaci