



CAVALLERI
COMUNICAZIONE

Cavalleri Comunicazione è un partner attivo e propositivo per consolidare il brand, individuare i target giusti per l'azienda, proporre e scegliere le diverse attività di comunicazione con attenzione e competenza, aiutare l'azienda in un nuovo percorso per aumentarne la conoscenza e la visibilità del prodotto.

1. **Ufficio stampa Italia ed estero offline e online e relazioni pubbliche:** si occupa di far conoscere l'azienda e i prodotti alle testate italiane e internazionali e di conseguenza ai target di riferimento dell'azienda. Genera, coordina e veicola le informazioni dall'interno dell'azienda verso gli organi di informazione. Nello specifico si occupa di:
 - consulenza a livello di P.R. corporate e di prodotto:
 - comunicazione corporate: volta a raggiungere e mantenere il posizionamento e l'immagine del brand. Contiene informazioni di tipo finanziario, relative a cambi dirigenziali, a dichiarazioni del management, ad acquisizioni, a restyling dell'immagine aziendale, ecc, i target sono principalmente quotidiani locali e nazionali, testate economiche, testate specializzate, trade.
 - comunicazione di prodotto: volta a comunicare e promuovere il prodotto e i servizi aziendali, le collaborazioni e le referenze. Il linguaggio utilizzato varia a seconda del mezzo stampa e del target che si vuole raggiungere. Il fine è quello di ottenere visibilità anche attraverso redazionali gratuiti, e sfruttare al meglio un'eventuale pianificazione pubblicitaria;
 - individuazione dei target di riferimento dell'azienda;
 - visite alle redazioni con il management;
 - ideazione/coordinamento eventi dedicati alla stampa, organizzazione press day presso la sede aziendale o location ad hoc, workshop, opening, ecc;
 - incontri 'one to one' con la stampa;
 - supporto redazionale:
 - stesura e invio di comunicati stampa istituzionali e di prodotto al database stampa offline e online Italia e internazionale;
 - coordinamento di tutte le richieste stampa (immagini e informazioni), conti visione e product placement, quando possibile;
 - invio delle informazioni e del materiale fotografico in base ai calendari editoriali forniti dagli editori offline e online per favorire la pubblicazione;
 - redazione dei testi per eventuali publiredazionali acquistati per l'azienda;
 - redazione di case history aziendali, contatto con lo studio di architettura o progettazione che ha realizzato il progetto, reperimento di materiali, redazione testi ad hoc e veicolazione alle testate di settore;
 - invio cataloghi cartacei a database realizzati su misura per l'azienda;

- copywriting: ideazione testi da utilizzare per company profile, newsletter, area press del sito, cartella stampa;
- ideazione master della cartella stampa per fiere ed eventi speciali (eventuale realizzazione grazie a partner di fiducia);
- invio inviti cartacei e digitali;
- recall mirati nel caso di inviti personali o press day;
- organizzazione interviste al management aziendale;
- coordinamento ufficio stampa durante fiere e manifestazioni, se previste, gestione dei rapporti con la stampa durante le manifestazioni fieristiche e non, e nel pre e post fiera;
- negli incontri stampa, durante manifestazioni fieristiche e non, sarà sempre presente un incaricato dell'agenzia, se precedentemente concordato con l'azienda;
- incontro/ricevimento redattori, responsabili stampa, coordinatori editoriali, responsabili pubblicità;
- ufficio stampa in caso di crisi;
- report semestrale della pianificazione/ spazi redazionali ottenuti/ comunicati stampa inviati, materiale inviato;
- digital PR e social networking: pubblicazione dei comunicati stampa e delle notizie relative all'azienda sui profili Cavalleri Comunicazione di Facebook, LinkedIn, Pinterest, Instagram, utilizzando l'hashtag da noi creato #designprisoners ecc e sul sito www.cavalleri.com. Una buona attività di ufficio stampa online aiuta l'azienda a generare traffico al proprio sito web e a migliorare i livelli di indicizzazione sui motori di ricerca;
- creazione/gestione social, se richiesto dall'azienda, attraverso la divisione web #designprisoners;
- database esclusivo di testate online, blog, riviste on line, per pubblicazioni gratuite;
- sollecito alla pubblicazione gratuita sui social quali Facebook e Instagram delle principali testate di settore e successiva condivisione;
- ufficio traffico: gestione del calendario delle uscite delle pagine ADV;
- invio regali (natalizi e non) a database di giornalisti 'costruiti' per l'occasione.

2. Collaborazioni

- Grazie a solidi legami con importanti studi di architettura Cavalleri Comunicazione è in grado di mettere in contatto l'azienda con architetti del panorama internazionale per eventuali collaborazioni, se previste dalle strategie aziendali;
- visite dell'agenzia presso alcuni studi di architettura per presentare l'azienda, i prodotti e consegnare il catalogo per stimolare l'utilizzo dei prodotti in lavori futuri;
- database Italia e estero di architetti e progettisti, e attività sull'architetto attraverso la divisione Archiprisoners.

3. Monitoraggio

- Monitoraggio e rassegna stampa nazionale e internazionale - non come semplice raccolta di redazionali - ma come strumento per aggiornare e verificare la strategia di comunicazione nel corso dell'anno. In termini operativi la rassegna stampa è costituita da:
 - PDF del redazionale impaginato con il logo aziendale.
 - Analisi, con eventuale valorizzazione.
 - Clipping book digitale (mensile), e cartaceo (consegnato a fine anno con il report).

4. Incontri con il management aziendale

Sono altresì previsti incontri con la direzione dell'azienda, con frequenza da concordare con la stessa, per la definizione e condivisione di:

- progetti e strategie di comunicazione coerentemente alle attività aziendali e con il medesimo timing;
- iniziative e campagne pubblicitarie per ottenere un'immagine coordinata;
- decisioni su manifestazioni fieristiche interessanti per l'azienda sia in Italia che all'estero e eventuali contatti diretti con l'organizzazione fieristica;
- strumenti vari di comunicazione;
- media planning e eventuale acquisto di spazi pubblicitari.

5. Eventuale pianificazione

Grazie ai continui contatti con gli editori offline e online l'agenzia è in grado di mettere a punto una pianificazione puntuale e precisa, gestita in base al budget concordato con l'azienda, scegliendo i mezzi più adatti a seconda del target che si vuole raggiungere e studiata in base ai calendari editoriali.

Conseguentemente al media planning, Cavalleri Comunicazione potrà, acquistare direttamente gli spazi previsti sui vari mezzi ai prezzi e alle condizioni migliori ottenibili.

Cavalleri Comunicazione collabora oggi con:

- Abimis www.abimis.com
- Alma Design www.alma-design.it
- Alivar www.alivar.com
- Antrax IT www.antrax.it
- Bross www.bross-italy.com
- Braas www.braas.it
- Catellani & Smith www.catellani-smith.com
- Duka www.duka.it
- Ethimo www.ethimo.it
- Falmecc www.falmecc.it
- Hi-Macs di LG www.himacs.eu
- My Home collection www.myhomecollection.it
- Monier www.monier.it
- Prisma www.prismaitalia.com
- Sistemi Raso Parete www.sistemirasoparete.it
- Toncelli Cucine www.toncelli.it
- Wall Pepper www.wallpepper.it
- Wierer www.wierer.it
- Studio Zetass - Arch. Marcello Ziliani www.marcelloziliani.com

E in passato ha collaborato con: A+ Design, Adele C, Ardo- Merloni, Babini Office, Bonaldo, Cesana, DePio, Donati, Dow, Ernestomeda, Fabbian, Flos, Fontana Arte, Lettera G, Isa Idrosanitaria, Lamm, L Design - Arch. Francesco Lucchese, Olympia Ceramica, Pali, Platek light, Robots, Toto, Urban Stories, Vitra.