



● QUOTIDIANO DEL MARKETING IN RETE

Anno XI - mercoledì 4 dicembre 2013 n.212



## Le voci tra gli stand

a cura di Giacomo Broggi e Teresa Nappi

### Sabrina Lucini, Lucini&Lucini

«UNA VETRINA IMPORTANTE PER LA VISIBILITÀ»

**Lucini & Lucini Communications**, azienda leader mondiale nell'email marketing e lead generation, non ha voluto mancare a **lab Forum**. L'idea di essere presenti, per la prima volta, con uno stand anche in Italia - seguendo le orme di quanto già fatto nelle omologhe manifestazioni delle altre country nel mondo - ha permesso a Lucini&Lucini di stringere nuovi accordi strategici con gli

operatori del mercato e gli advertiser interessati a pianificare campagne dem e newsletter su utenti italiani e esteri. «lab Forum costituisce una vetrina importante per la visibilità dell'azienda - dice a *DailyNet* **Sabrina Lucini**, vice president marketing -. Sono state davvero molte le persone incuriosite dai numeri che abbiamo raggiunto. La presenza all'evento ci ha permesso di dare nuovo slan-



cio e vigore alle partnership in corsa così come l'opportunità di crearne di nuove, in sintonia con

il claim dell'evento "Inspiring Digital Ideas". Il potenziale dell'azienda è rappresentato soprattutto dal database di oltre 73 milioni di opt-in users attivi e profilati worldwide, costruito mediante l'iscrizione gratuita alle newsletter dei servizi di intrattenimento di cui è publisher. La struttura ha da poco aperto la nuova sede a Milano-Sesto San Giovanni, è attiva da oltre quattordici anni e continua a essere in forte espansione a livello mondiale, in particolare nei Paesi del Bric.



### Nereo Sciuotto, Webranking

«IL DIGITALE COME FACILITATORE, NON COME PANACEA CHE CURA TUTTI I MALI»

«Il digital è stato sempre vissuto come un universo contrapposto agli altri. Oggi è ben chiaro come invece il digital sia uno straordinario facilitatore per i brand, ma solo se esiste una base forte di persone, di valori, di know how». Così **Nereo Sciuotto**, presidente di **Webranking**, risponde alla richiesta di tradurre il payoff dell'edizione 2013 di **lab Forum** in corso a Milano - Inspiring Digital Ideas - proiettandolo sulla realtà di cui è a capo. «La vera idea che ispira è dunque a mio parere attaccare il digitale all'analogico - precisa ancora il manager -, che all'interno della nostra agenzia significa lavorare sulle risorse e non solo sui modelli di business. A livello di mercato, invece, questo concetto si traduce in un aiuto concreto alle aziende per esprimere un potenziale già positivo. Questo significa non interpretare il digitale come la panacea che cura tutti i mali, ma come un amplificatore di plus già parte dei valori di un'azienda». Un approccio che ha permesso all'azienda, che si annovera tra i veterani di lab Forum, di raggiungere importanti risultati e di essere tra le più riconosciute in ambito search.

# calciomercato.com

**Web, Mobile, Smart TV: 4 milioni di utenti unici, è il calcio 365 giorni l'anno!**  
T. 055 2728328 - E. redazione@calciomercato.com - Pubblicità: sales.italy@performgroup.com