



# CASE STUDY

S.B.R. SOLUTIONS

## UN APPROCCIO INTEGRATO AL **MARKETING FIERISTICO**

*LinkedIn e email: potenzia la tua presenza in fiera*



# INDICE

PANORAMICA	2
LE SFIDE	3
STRATEGIA	4
RISULTATI	7
FEEDBACK CLIENTE	9
CONTATTI	10

# PANORAMICA

Team affiatato di specialisti che nel 2018 ha deciso di unire le proprie competenze e la propria esperienza e fondare **S.B.R. Solutions**. L'esperienza nel settore di **oltre 30 anni** di alcuni componenti del team permette a questa realtà di garantire un **servizio d'eccellenza**.



## PANORAMICA

### **Settore**

Soluzioni di impianti per cartiere

### **Dimensioni dell'azienda**

2-10 dipendenti

### **Sede principale**

Valsamoggia, BO

### **Data di fondazione**

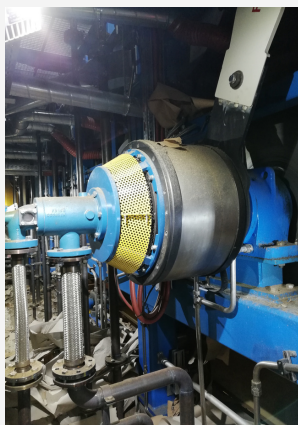
2018

### **Settori di competenza**

Cartiere, Cementifici, Industria del legno, Ondulatori e Tissue

# LE SFIDE DI S.B.R. SOLUTIONS

## Punti chiave



- Necessità di un forte impatto in occasione della fiera *MIAC 2023*.
- Assenza di una presenza digitale consolidata.
- Passaggio dal marketing offline al marketing online.
- Necessità di raggiungere un pubblico altamente specifico nel settore cartario, in un arco temporale limitato coincidente con la fiera.

La sfida principale è stata creare una strategica presenza fieristica per S.B.R. Solutions, una realtà che fino ad ora era incentrata prevalentemente sul marketing offline.

S.B.R Solutions **aveva un obiettivo chiaro**: essendo la prima volta che partecipava al MIAC avrebbe avuto lo stand in un padiglione secondario, con un **basso flusso di visitatori**. Aveva bisogno che il **pubblico target sapesse esattamente dove trovarli**.

Tale realtà non disponeva di una pagina LinkedIn aziendale, limitando la sua visibilità nel mercato digitale e la capacità di interagire con un pubblico specifico nel settore delle cartiere, aspetto fondamentale per una **fiera di nicchia** (6.000 partecipanti).

Uno dei nostri obiettivi era dimostrare l'efficacia dell'integrazione del marketing digitale con le attività offline.

# STRATEGIA

## Costruzione della presenza su LinkedIn

### **Creazione della pagina aziendale**

Partiti da zero, abbiamo creato una pagina LinkedIn per S.B.R. Solutions, curandone l'aspetto e i contenuti per riflettere l'identità aziendale e i valori del brand.

L'obiettivo era stabilire una presenza professionale e autorevole nel settore della produzione cartaria.

### **Creazione e gestione Piano Editoriale**

Abbiamo realizzato una strategia di contenuti organici per aumentare l'engagement e la visibilità. Parallelamente, abbiamo lanciato la prima campagna sponsorizzata per amplificare ulteriormente la portata. L'obiettivo era incrementare la notorietà del brand e l'interazione.

### **Campagne ADV**

Abbiamo ideato campagne focalizzate sull'aumento della notorietà, inizialmente su tutta l'Italia e poi concentrate su Lucca durante i giorni della fiera. La campagna locale è partita il giorno precedente all'inizio della fiera per intercettare anticipatamente il pubblico in arrivo. Tale scelta è stata presa sulla base di ricerche che indicavano un elevato numero di persone alloggiate.

### **Targetizzazione specifica**

Concentrandosi sul settore delle cartiere e sulla produzione di carta o prodotti cartacei, abbiamo ottenuto una segmentazione accurata del pubblico. Per fare questo, ci siamo serviti di dati derivanti da diversi strumenti e li abbiamo incrociati con le nostre ricerche. Successivamente, sfruttando il livello di dettaglio concesso da LinkedIn, abbiamo realizzato il segmento.

Una strategia mirata che ha portato a un alto grado di rilevanza e interesse da parte del pubblico target.

# STRATEGIA



## Sinergia e Email Marketing

### **Analisi dei dati**

Prima di lanciare la campagna, abbiamo condotto un'analisi dettagliata per comprendere in profondità il pubblico. L'obiettivo era di sviluppare un'immagine chiara del destinatario ideale, così da poter delineare le nostre comunicazioni e assicurarci che ogni messaggio fosse efficace.

### **Definizione grafica e comunicativa**

La strategia mail che abbiamo studiato era in linea con il tono, lo stile e i contenuti delle campagne LinkedIn. Questa coerenza ha aumentato la riconoscibilità del brand e rafforzato il messaggio complessivo della campagna.

### **Invii e programmazione**

La scelta dell'orario e del giorno per inviare un'email è cruciale per massimizzare l'efficacia della comunicazione. Per questo abbiamo analizzato dati storici e benchmark per selezionare le fasce orarie e i giorni migliori nei quali inviare le comunicazioni.

### **Monitoraggio e ottimizzazioni**

Durante e dopo la campagna, abbiamo attuato un monitoraggio costante delle performance: questo approccio ci ha permesso di raccogliere dati preziosi. Grazie a questo flusso di informazioni, siamo stati in grado di ottimizzare continuamente le campagne, apportando modifiche in tempo reale per migliorare le prestazioni.

# STRATEGIA



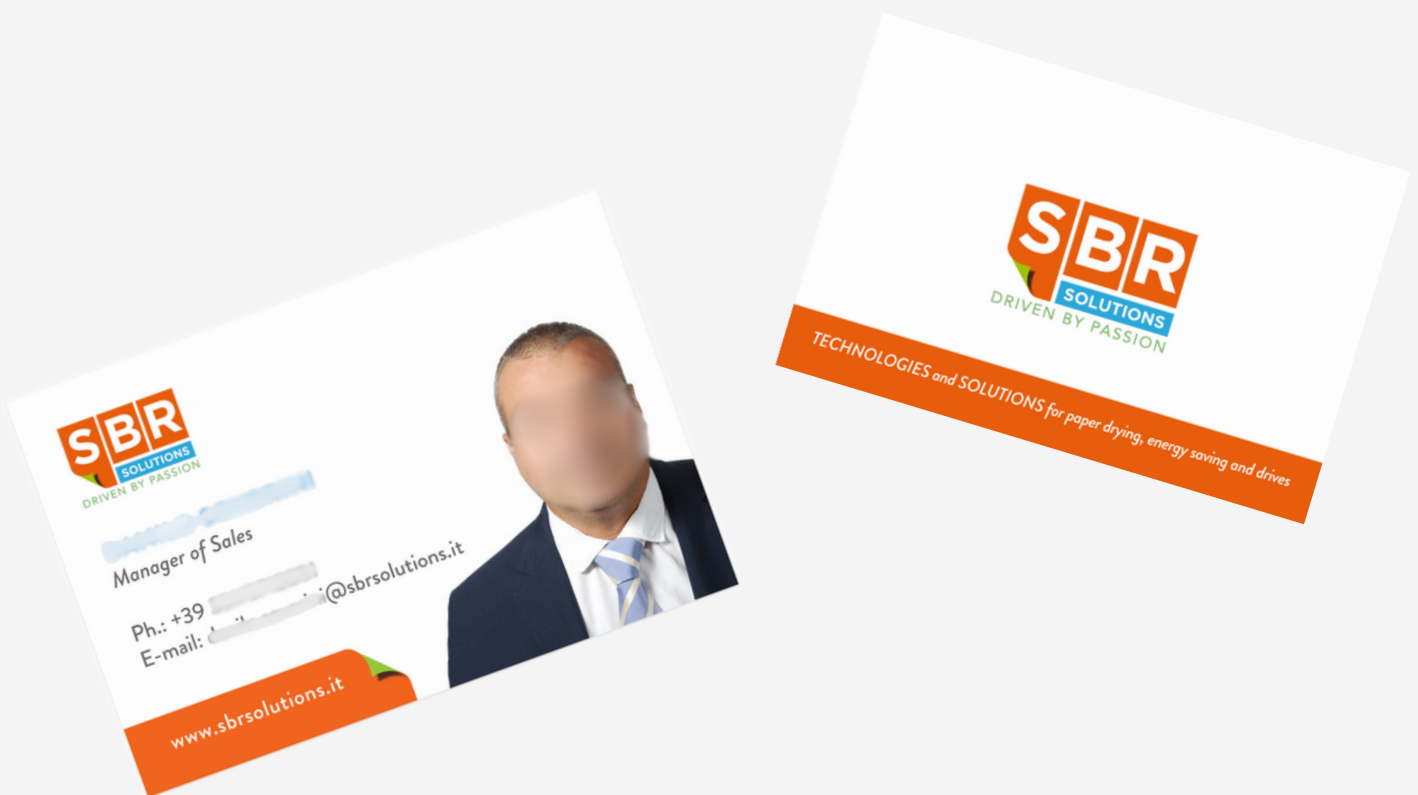
## Online e Offline: una coppia vincente

### Biglietti da visita

Abbiamo creato dei biglietti da visita che riflettono l'identità di brand, progettati per essere in armonia con l'estetica e i messaggi delle campagne digitali. Tali biglietti hanno fornito un tangibile punto di contatto durante la fiera, facilitando le relazioni interpersonali e la rete di contatti.

### Allestimento dello Stand

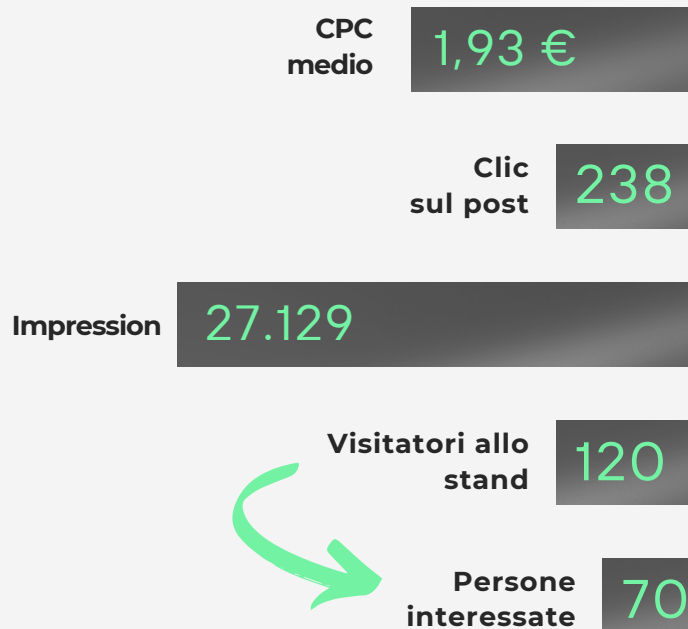
Abbiamo progettato grafiche personalizzate per lo stand fieristico, legate visivamente alla campagna LinkedIn e agli altri materiali digitali. Questa coerenza visiva ha permesso di creare un'esperienza immersiva per i visitatori dello stand, rendendo il brand di S.B.R. Solutions immediatamente riconoscibile.



# RISULTATI

## LINKEDIN

In poco **meno di due mesi**,  
abbiamo raggiunto i seguenti risultati:



La strategia implementata su LinkedIn ha raggiunto i nostri obiettivi di notorietà e visibilità. Con un costo per clic (CPC) medio di 1.93 €, siamo riusciti a generare 238 clic e 27.129 Impression. In molte industrie, un CPC sotto i 2 € è considerato economico, specialmente se si mira a un pubblico molto specifico come nel nostro caso.

Considerando l'obiettivo di notorietà e visibilità in relazione alla fiera, questi numeri dimostrano che la campagna ha avuto un buon impatto. Non solo abbiamo raggiunto un ampio pubblico, ma abbiamo anche generato un engagement significativo, il che è fondamentale per aumentare la consapevolezza del brand e guidare le persone verso lo stand in fiera.



# RISULTATI

## EMAIL MARKETING

I risultati che abbiamo ottenuto con l'attività di **Email Marketing**, che prevedeva l'invio di **12 mail**, sono i seguenti:

### Aperture



21.14%

L'attività di Email Marketing ha portato a risultati notevolmente positivi, rivelando l'efficacia della nostra strategia di comunicazione. Nel corso dell'invio di 12 email, abbiamo registrato un tasso di disiscrizione **estremamente basso, pari a solo lo 0.19%**. Questo dato è particolarmente significativo perché indica che la maggior parte degli utenti ha trovato le nostre email pertinenti e di valore.

### Disiscritti



0.19%

Ancora più impressionante è il **tasso di apertura delle email, che ha raggiunto il 21.14%**. Questa percentuale supera notevolmente la media e dimostra l'alto grado di interesse e coinvolgimento del nostro pubblico target. Un tasso di apertura così elevato suggerisce che i contenuti delle nostre email erano ben mirati, rilevanti e capaci di catturare l'attenzione dei destinatari.

Questo conferma anche che la pulizia dei contatti e la qualità dei contatti debbano essere estremamente minuziose, così che la strategia possa essere applicata nel migliore dei modi.

# FEEDBACK CLIENTE



## TESTIMONIANZA

La strategia studiata da BIG Digital per attrarre visitatori allo stand è stata estremamente efficace. Volevamo far sapere al nostro target dove fosse il nostro stand e così è stato: arrivavano direttamente da noi, senza fermarsi a guardare quelli prima. Il feedback che abbiamo ricevuto è stato estremamente positivo, tanto che abbiamo deciso di replicare questa iniziativa anche nel prossimo anno. Possiamo affermare con certezza che il risultato ottenuto ha soddisfatto pienamente le nostre aspettative.

**DANILO SOVERINI, MANAGER OF SALES, S.B.R. SOLUTIONS**

# GRAZIE!

---

**BIG**  
digital

## CONTATTI

**INDIRIZZO:** VIA BATTINDARNO 85/4, BOLOGNA, 40133

**MAIL:** INFO@BIGDIGITAL.IT

**PEC:** WEBIG@ONEPEC.IT

**TELEFONO:** 051385562