



**RICHMOND
MARKETING
FORUM**

ARTIMINO, 17 – 18 MAGGIO 2018



L'intervista EXHIBITOR

RICCARDO GNANI, TITOLARE di STUDIO STANDS



“Siamo un’azienda specializzata: un team impegnato unicamente nel mercato delle soluzioni espositive e della comunicazione visiva. Offriamo il valore aggiunto del servizio: non ci limitiamo a vendere in modo “asettico” prodotti tramite internet ma abbiamo grande attenzione per il cliente che serviamo con velocità, disponibilità e competenza”.

Buongiorno Riccardo, grazie per aver scelto la 23esima edizione di Richmond Marketing forum. È la prima volta che siete Exhibitor di questo evento. Cosa vi ha spinto a partecipare?

R.G. Si tratta della nostra prima partecipazione, abbiamo deciso di presenziare come Exhibitor incuriositi dalla particolare formula di incontri del forum e per il potenziale delle aziende presenti.

Il motto di Richmond Italia è “una stretta di mano che cambia il tuo business”. Cosa ne pensa dell’incontro face to face nell’era dei social e della comunicazione digitale?

R.G. Siamo un’azienda che con il proprio e-commerce di soluzioni espositive ha saputo capitalizzare le nuove possibilità di business dell’era digitale, tuttavia queste non escludono azioni face to face che continuano ad essere preziose e in determinati contesti addirittura decisive.

Di cosa si occupa Studio Stands? E com’è nata la vostra avventura?

R.G. Studio Stands si occupa di comunicazione visiva, tramite il know how maturato nel settore della stampa digitale è in grado oggi di offrire un catalogo di espositori pubblicitari caratterizzato da assortimento e qualità. Tra i nostri prodotti segnaliamo bandiere, totem da esterno, rollup, banchetti, portadepliant, banner display, gazebo, gonfiabili pubblicitari, stand portatili e molto altro.

Quali sono i punti di forza della vostra azienda?



R.G. Siamo un'azienda specializzata: un team impegnato unicamente nel mercato delle soluzioni espositive e della comunicazione visiva. Offriamo il valore aggiunto del servizio: non ci limitiamo a vendere in modo "asettico" prodotti tramite internet ma abbiamo grande attenzione per il cliente che serviamo con velocità, disponibilità e competenza (preventivi in giornata, veloce evasione ordini, possibilità di avere il prodotto completo di stampa, merce sempre a magazzino, problem solving, controllo qualità sistematico, su richiesta progettazione ad hoc, etc).

Facendo un bilancio dei progetti realizzati fino ad oggi, ce n'è uno che vi ha entusiasmato particolarmente e che vi va di raccontarci?

R.G. L'entusiasmo caratterizza ogni nostro progetto, abbiamo la fortuna di lavorare con aziende di tutti i settori merceologici e di collaborare con le realtà più diverse (microaziende, grandi gruppi internazionali, onlus...).

Di solito ad inizio anno si stila un elenco di buoni propositi...Quali sono i vostri obiettivi nel 2018?

R.G. Incrementare la nostra fetta di mercato, intercettando puntualmente le tendenze della visual communication e investendo su fattori in grado di migliorare performance e competitività.

Secondo lei, quale peso è giusto attribuire ai bisogni del cliente e in che misura entrano a far parte di una strategia di comunicazione?

R.G. L'importanza dei bisogni del cliente è nevralgica, per quel che ci riguarda passa attraverso un catalogo prodotti al passo con i tempi e operatività in linea con le aspettative del committente. Ormai da qualche anno abbiamo implementato anche un servizio di recensioni per monitorare il grado di soddisfazione della nostra clientela.

A bruciapelo, pensando a Marketing forum, le prime tre parole che le vengono in mente...

R.G. Aziende prestigiose, incontri, opportunità.

Grazie per la disponibilità, Riccardo. Ci vediamo ad Artimino il 17 e 18 maggio!