

connexia

Connexia è un'agenzia di comunicazione multicanale con focus sulle attività di Relazioni Pubbliche, Comunicazione Multimediale e Internet P.R.

Fondata nel 1997 dall'attuale amministratore delegato Paolo d'Ammassa, l'agenzia è connotata da uno spirito emergente, brillante e innovativo, e può contare su una solida struttura costituita da cinque soci, oltre 50 professionisti fortemente motivati e un pool di collaboratori esterni specializzati. I settori in cui opera sono tanto numerosi quanto differenti tra loro: hi-tech, fashion, automotive, sport, travel, food & beverage, finance, utilities, healthcare e corporate. Connexia si posiziona oggi come punto di riferimento per la gestione di progetti complessi e integrati di comunicazione innovativa.

LE TAPPE PIU' SIGNIFICATIVE

2008 - Con uno staff di oltre 50 persone, Connexia esce dal Gruppo Visiant e chiude l'anno con 5 milioni di euro di ricavi. Nello stesso anno il progetto Florence.tv, realizzato da Connexia per la Provincia di Firenze viene premiato quale migliore webTV con il Key Award.

2007 - A coronamento dei primi 10 anni di attività Connexia integra le attività di Netpeople, business unit di Softpeople Group (poi diventata Visiant) e Giovanni Pola, business manager di Netpeople, diventa Direttore Marketing e Commerciale di Connexia. Qualche mese dopo Connexia integra anche le attività di Esperia, altra business unit di Softpeople Group, e Massimo Cortinovis, fondatore e presidente di Esperia, entra nel CdA di Connexia. L'integrazione di Esperia aggiunge all'offerta di Connexia la componente più innovativa di servizi di webcasting, web TV e digital right management.

Nello stesso anno il sito Internet del Club AC Milan realizzato da Connexia viene premiato come il sito sportivo più popolare del 2007 e nasce l'Osservatorio Multicanalità, di cui Connexia è partner insieme a Nielsen, Nielsen Online e la Business School del Politecnico di Milano.

Connexia taglia il traguardo dei suoi primi 10 anni con 4,2 milioni di euro di ricavi e +62% sul 2006.

2006 - Connexia raggiunge i 25 collaboratori.

2005 - Connexia integra le attività di MOS Relazioni Pubbliche. A seguito di questa operazione Graziella Falaguasta, amministratore di MOS Relazioni Pubbliche, diventa responsabile della Divisione P.R. e Ufficio Stampa di Connexia.

2004 - Vincenzo Frezza entra in agenzia come Direttore Area Web.

2001 - Connexia, con 12 collaboratori, entra a far parte di Softpeople Group, oggi Visiant.

1998/2000 - L'agenzia cresce rapidamente consolidando clienti, struttura e strategia.

1997 - Nasce Connexia, con l'obiettivo di creare l'unione tra comunicazione e tecnologia. Paolo d'Ammassa è tra i soci fondatori.

Profilo Connexia-IULM/2

L'OFFERTA DI CONNEXIA

Media Relations

Se comunicare è un'attitudine naturale, come dice il claim dell'agenzia, Connexia ha fatto della capacità di costruire e coltivare nel tempo relazioni il suo tratto distintivo. Connexia si presenta al mercato come "facilitatore di relazioni". Governare le relazioni in maniera efficace affinché generino la visibilità mediatica attesa e la soddisfazione del cliente è il frutto di un lavoro costante e sapiente.

L'approccio strategico di Connexia alla comunicazione abbraccia le Pubbliche Relazioni, la comunicazione istituzionale, il product placement, il crisis management, lo sport marketing, l'event strategy e le Media Relation.

Multimedia Communication

Visione strategica, integrazione, e servizi ad altissimo valore tecnologico. Per Connexia la comunicazione non può prescindere dall'innovazione continua. Piattaforme proprietarie e creatività informatica sono i plus dell'anima tecnologica di Connexia.

La comunicazione efficace richiede l'utilizzo sinergico di strumenti integrati che siano in grado di trasferire e valorizzare i messaggi dei clienti per ottenere l'attenzione e l'engagement del suo target. Connexia è in grado di fornire ai clienti servizi ad altissimo valore tecnologico, tra cui web design & application, search engine, digital marketing, e i più evoluti servizi di webcasting, web Tv, Iptv e Dynamic Digital Signage, digital right management, content distribution, tecnologie peer-to-peer, piattaforme per la gestione dei cosiddetti User Generated Contents.

Internet PR

Buzz marketing, community & blog, social media & web 2.0, buzz intelligence: Connexia parla il 2.0 ormai da tempo! Le P.R. in rete hanno creato un nuovo modo di comunicare, Connexia ha fatto proprio questo linguaggio e lo traduce in networking. Il web 2.0 e la multicanalità hanno stravolto i paradigmi della comunicazione e Connexia non solo ha tenuto il passo, ma ha anticipato i tempi!

Le internet PR, ovvero le relazioni create in rete, hanno consacrato il nuovo ruolo del consumatore/utente quale protagonista e attore della moderna comunicazione.

Gli User Generated Contents rendono Internet uno strumento di comunicazione strategica per tutte quelle aziende che vogliono creare un filo diretto con il proprio target, conoscerlo, coinvolgerlo, comunicare in modo nuovo. Connexia conosce la rete e i suoi linguaggi, per questo riesce a tradurre gli obiettivi del cliente in progetti di successo.

Profilo Connexia-IULM/3

L'OFFERTA DI STAGE DI CONNEXIA

Da sempre attenta ai processi di crescita dei collaboratori, nell'ambito delle proprie attività di orientamento e formazione delle Risorse Umane Connexia offre opportunità di stage e tirocini formativi a laureati e studenti di Master dedicati ai diversi aspetti della comunicazione.

Connexia ha anche messo a punto programmi interni di formazione come, ad esempio, le due edizioni 2008 del corso sul **Project Management**, che ha coinvolto complessivamente 26 persone, suddivise in quattro gruppi di lavoro per una durata complessiva di due mesi. Il tutto, tradotto in numero di ore, ha significativamente 420 ore di formazione erogate.

In particolare, per quanto riguarda la **Divisione Comunicazione Multimediale e le Internet P.R.** il programma di formazione mirato prevede l'apprendimento delle specifiche tecniche relative alla comunicazione su Internet, ed esattamente:

- ✓ analisi dell'online brand reputation;
- ✓ costruzione del DB dei web media: definizione e aggiornamento della lista dei siti web, network, etc. ;
- ✓ definizione e sviluppo della mappa degli opinion leader, blogger, ecc.;
- ✓ presenza nei social media (Myspace, Youtube, blog), anche attraverso un sistema di Continuous Posting;
- ✓ monitoraggio dei risultati;
- ✓ sistema di reporting (trend, customer attitude, sentiment, punti di forza e di debolezza del prodotto).

L'affiancamento a un team di lavoro già operativo in queste attività permetterà di entrare in contatto diretto con operatori della rete e di sperimentare anche le tecniche di scrittura adeguate allo strumento web.

Le informazioni di base per l'avvio di questo percorso formativo sono le seguenti:

- tipo di laurea: in materie umanistiche, scienze sociali e/o economia;
- durata dello stage: 3-4 mesi;
- previsto rimborso spese commisurato al profilo;
- referente: Graziella Falaguasta, Direzione Risorse Umane

Graziella Falaguasta, Direzione Risorse Umane

CONNEXIA S.r.l.

Via Leopardi 2 - 20123 MILANO

Tel. +39 02 8135541 - Fax +39 02

89180056

Mob. +39 335 5939368

mailto: graziella.falaguasta@connexia.com

Milano, 28 gennaio 2009