

Ri-Generazione: un percorso di riposizionamento strategico basato sul marketing per l'innovazione, la sostenibilità, l'inclusione sociale e la trasparenza aziendale.



Rigenerare significa dare nuova vita alle cose, nuova speranza alle persone, nuovi ruoli alle aziende nella società, mostrando il lato umano del business e creando welfare per chi collabora ogni giorno apportando le proprie competenze sul lavoro.

Ri-generazione aziendale non è soltanto intervenire sui processi allo scopo di cambiare e rinnovare, quanto far ripartire ciò che è “stanco”, magari dandogli anche un nuovo scopo. In altri termini, partendo dalle idee fondative si devono identificare nuovi scopi ed obiettivi, che rinfreschino la propria visione secondo logiche e traguardi più concreti, soprattutto dal punto di vista valoriale. Questo modo di pensare ed agire, sempre più comune fra gli attori economici e gli imprenditori, spinge le aziende lungo un percorso che ridefinisce il loro ruolo nel mercato e da un senso al loro impatto su società, persone ed ambiente.

Un percorso filosofico, in cui lo spirito d'impresa viene rinnovato secondo nuove modalità, basate non solo sull'idea di produrre profitto, ma su passione, innovazione e qualità.

Un percorso operativo che richiede competenze specifiche (di circular & sharing economy, di marketing, ricerca e comunicazione) per costruire un futuro più sostenibile ed avere un'idea di progresso più vicina ai concetti di condivisione e uguaglianza, piuttosto che di profitto a tutti i costi.

Un percorso di **riposizionamento strategico** che partendo dalla propria ragion d'essere, il proprio DNA, consenta di stare al passo con i tempi e rispettare i parametri, già presenti nell'agenda 2030 dell'Onu e presto obblighi di legge, per partecipare a gare ed appalti e consentire il networking.

In tale percorso professionisti specializzati, con un iter pragmatico e collaudato, devono aiutare e sostenere le aziende a mettere in atto le giuste strategie:

- Misurare la situazione attuale e comprendere quali siano gli aspetti realmente rilevanti per i clienti (aspettative ed esigenze), le tendenze dei target di riferimento ed i riferimenti precisi sul mercato (**studi ed analisi di mercato**).
- Individuare le aree rigenerative su cui ha più senso investire risorse, integrando attività di innovazione sostenibile nelle strategie di business, come segnale di maturità, responsabilità e sviluppo (**bilancio di sostenibilità, certificazione di genere, rating di legalità**).
- Argomentare, sia all'esterno che all'interno dell'organizzazione, il nuovo posizionamento strategico e trasmettere a tutti i propri stakeholder i valori di sostenibilità, innovazione, inclusione sociale e trasparenza (**comunicazione e direct marketing**).



S&C è una agenzia di servizi integrati per il Direct marketing, il CRM e le Ricerche di mercato, con il processo produttivo certificato a norme UNI EN ISO 9001: 2015. Il clima di Ri-generazione coinvolge naturalmente anche l'outsourcing di alcune fondamentali attività di marketing e l'opportunità di essere considerati partner per l'innovazione aziendale.

S&C realizza partnership con Società di servizi, Società di consulenza finanziaria e di direzione, Dipartimenti universitari e Centri studi (ATI, progetti internazionali, outsourcing), mettendo a disposizione la specializzazione ed esperienza nelle attività di direct marketing e ricerca, multichannel e su target complessi, in articolati progetti di innovazione aziendale, marketing territoriale, sostenibilità ed inclusione sociale.