

# Perché è importante parlare la stessa lingua in azienda

*Quello di 4Personality è un “abito su misura”, per elaborare il quale entra in campo uno staff di specialisti in perfetta sinergia con il cliente*

Una storia lunga 10 anni, in grado di fornire ai clienti la soluzione migliore, diversificata, personalizzata anche in base alla zona geografica di riferimento. “Siamo noi a scegliere il brand migliore per un dato momento e per quello specifico luogo”, semplifica Ivan Ardia, Ceo di 4Personality, realtà leader nella gestione di servizi It all'avanguardia per la crescita del business delle aziende. “Il cliente - sottolinea - si avvale così di un unico referente ad alte competenze, che si occupa davvero di tutto e gestisce tutti gli aspetti della relazione”. Le competenze di 4Personality spaziano dalla vendita allo sviluppo di soluzioni telefoniche e di linee di connettività, ambito telematico e soluzioni per la cyber security; fa inoltre da carrier e da sviluppatore informatico, ma cura anche l'immagine, il web marketing e (“semplicemente”) il sito. “Cuciamo sul cliente un abito personalizzato”, spiega Ardia che ricorda come il nome lasci trasparire proprio questa caratteristica: “Il vantaggio è quello di avere una comunicazione semplificata: un solo referente che può cambiare, migliorare, e sistemare l'immagine della propria azienda, sia a livello di comunicazione sia a livello visivo”. Si va quindi dal restyling del sito alle campagne social fino all'analisi degli obiettivi e all'individuazione delle soluzioni migliori, di social business, consumer, e-commerce. Un plus è quello di

attivare “una rete di partnership con altri nostri clienti”, costruendo un'interazione e provando a fare sempre qualcosa di più. “Creiamo reti di sinergie tra i nostri clienti - osserva Ardia - e questo piace molto: ci reputiamo partner dei nostri clienti perché, rispetto ai disservizi creati da aziende incentrate esclusivamente sul profitto e lontane dal cliente, noi invece arriviamo a occuparci di tutto, con una doppia azione. Da un lato, c'è uno specialista che segue il cliente personalmente e fa da team leader; dall'altro ci sono molti specialisti per ogni intervento specifico sulle singole esigenze del momento”: quindi, per esempio, un giornalista che fa da copy, un fotografo (tra l'altro

4Personality è titolare del portale fotografi.it), un grafico. Inoltre, vengono forniti informazioni e mezzi. “Ci siamo mossi da un punto preciso - conclude Ardia - e cioè dalla risoluzione dei problemi, e abbiamo puntato sulla velocità del risultato. Ovvero, dal disservizio al servizio. Ma la nostra campagna di acquisizioni clienti ha un limite: abbiamo deciso di gestire 100 clienti all'anno. E restiamo all'interno di questo limite perché per noi la priorità è la qualità e, soprattutto, la piena operatività. Questo significa offrire un servizio speciale, customizzato, con reciproca soddisfazione e conoscenza, oltre che un impegno che diventa inevitabilmente ‘personale’ ”. ■



Ivan Ardia con il suo staff