

INTERACTIVE SUITE.



Cosa è: AtlaCom è uno strumento di lavoro, un software professionale pensato per coloro che ogni giorno fanno comunicazione: operatori di aziende, agenzie, testate specializzate, associazioni di settore, e poi consulenti, manager, docenti e giornalisti. L'obiettivo è facilitare e promuovere l'incontro tra i professionisti della comunicazione, ovvero, da una parte, i responsabili delle aziende, dall'altra consulenti e fornitori di servizi di comunicazione, ma naturalmente anche giornalisti, docenti, studenti e tutti coloro che, in ambiti diversi e con diverse competenze, si occupano di "comunicare". Vantaggi: AtlaCom contiene, in versione digitalizzata, tutte le informazioni e i dati già presenti nell'Atlante della Comunicazione, pertanto tutti i riferimenti possibili per contattare e conoscere gli operatori della comunicazione: indirizzi, numeri di telefono e di fax, e-mail, siti web, profili professionali. In tutto nel database ci sono riferimenti di aziende, associazioni, testate e istituzioni e oltre 23.000 (vedi statistiche in homepage per i numeri aggiornati) tra operatori, manager e professionisti. Insomma tutto per conoscere chi fa comunicazione in Italia. Le aziende sono classificabili in ordine alfabetico, per CAP, per regione, per categorie di appartenenza, il che facilita il reperimento delle informazioni e rende possibile una prima selezione del target di riferimento in caso di ricerche o di operazioni di marketing. Inoltre la ricerca per zona geografica di appartenenza facilita il reperimento di contatti e fornitori di servizi in un'area di riferimento definita, una possibilità che altre guide professionali al mondo della comunicazione non hanno ancora implementato. Nel CD-ROM è incluso un applicativo di Database Management che facilita la gestione dei dati e l'interazione coi professionisti della comunicazione presenti nell'Atlante. La caratteristica principale è la "memoria" delle azioni di direct marketing, conservata anche negli aggiornamenti successivi di database e software. Come funziona: AtlaCom è strutturato come un database relazionale, facile da consultare e sempre aggiornato. La schermata di accesso permette di entrare nelle aree di consultazione del database, in primis quella che riguarda le aziende (Fig.1) La sezione "Aziende" include circa 11.000 (vedi statistiche in homepage per i numeri aggiornati) imprese italiane operanti nei più svariati settori (Fig.2); le aziende sono classificate in base alle categorie già presenti sull'Atlante cartaceo, con gli ovvi vantaggi che possiede una versione elettronica in termini di velocità e facilità della ricerca delle informazioni. Per ogni azienda, naturalmente, è presente una scheda coi contatti e i riferimenti utili, per cui: indirizzo, numeri di telefono e di fax, e-mail aziendale, sito web, indicazione di eventuali altre sedi coi relativi riferimenti (Fig.3). Il sistema permette di effettuare ricerche per le più svariate esigenze: azienda, categoria merceologica, cap, area geografica, nominativi di manager, qualifiche aziendali; tutto ottenendo risultati immediati e aggiornati. Accedendo all'area management, poi, si hanno informazioni sui responsabili delle aree marketing, comunicazione e relazioni esterne delle diverse aziende (Fig.4); in molti casi si hanno riferimenti anche per il top management (Presidenti, Amministratori Delegati, Direttori Generali). Per ogni manager è indicata la qualifica aziendale, il

telefono diretto e la mail aziendale; cliccando sulla freccia accanto al nome è poi possibile accedere alla scheda personale di ogni professionista presente nel database (Fig.5).In questo caso si accede all'area "Contatti" in cui sono compresi i singoli professionisti, per i quali si forniscono tutte le coordinate utili per entravi in contatto. La parte inferiore della schermata permette di avere informazioni più approfondite; nel caso di partecipazione alla community di Comunicazione Italiana è possibile accedere agli articoli pubblicati o, nella sezione "Note", al profilo del singolo professionista (Fig.6) Inoltre è sempre possibile risalire al profilo e ai dati dell'azienda di provenienza attraverso il pulsante "Azienda".Attraverso [trini indian xxx](#) i comandi "etichette" e "mailing" (Fig.7) poi si possono selezionare i soggetti verso cui veicolare automaticamente attività di mailing tradizionale e di e-mail marketing.Questa operazione di database marketing è gestibile oltre che per singoli professionisti, anche per elenchi di professionisti (Fig.8) e di aziende.Per ogni professionista il sistema mantiene una "memoria" delle operazioni di direct marketing eseguite. Inoltre dall'area preferenze è possibile gestire i vari e-mail account e le intestazioni postali da cui originare le attività di direct marketing, per cui il sistema permette di gestire anche modelli di e-mail, fax e lettere.Insomma una guida elettronica al mondo della comunicazione, ma soprattutto un efficace applicativo per la gestione di attività di direct marketing rivolte ai protagonisti del settore: responsabili della comunicazione e delle relazioni esterne delle maggiori imprese, consulenti ed esperti di marketing e comunicazione, direttori di agenzie, giornalisti specializzati, uffici stampa. Ordina interactive-suite a 300,00 € Per un tour dimostrativo all'interno del database online, cliccare su tour dalla pagina di login (occorre l'installazione del Flash Player).