Marzo 2022
Edizione
65

legnopan® News

Pagina 3 ARTICOLO

Il sito Legnopan
Il progetto si realizza con l'apporto dell'ufficio marketing e dei collaboratori interni, che hanno lavorato assieme a consulenti esterni.

Pagina 6 RURICA

Focus sulla comunicazione
Legnopan inaugura una nuova stagione della propria comunicazione, la cui regola di fondo è "Fare bene e farlo sapere"

Pagina 8 RURICA

"Essere" social
Per questo il piano editoriale si articola sempre più, andando a coinvolgere un pubblico diversificato.

Pagina 10 RURICA

Un tema "green"
È possibile tradurre il rispetto per l'ambiente in termini di comunicazione? Naturalmente sì.

Pagina 13 ABOUT LEGNOPAN

Showroom & Consegne
Siamo presenti in tutta Italia. Scopri lo showroom più vicino a te!

Tutte le ultime novità del mondo Legnopan!

Inviateci le foto delle vostre realizzazioni con i prodotti Legnopan.

Le riposteremo sui nostri social network!

SCARICA IL NOSTRO CATALOGO!

Resta sempre aggiornato su tutti i nostri prodotti.

RICHIEDI I NOSTRI CAMPIONI!

Telefona al numero
+39 0445 551500
oppure invia una mail a
campioni@legnopan.com

LIBERA LA CREATIVITÀ!

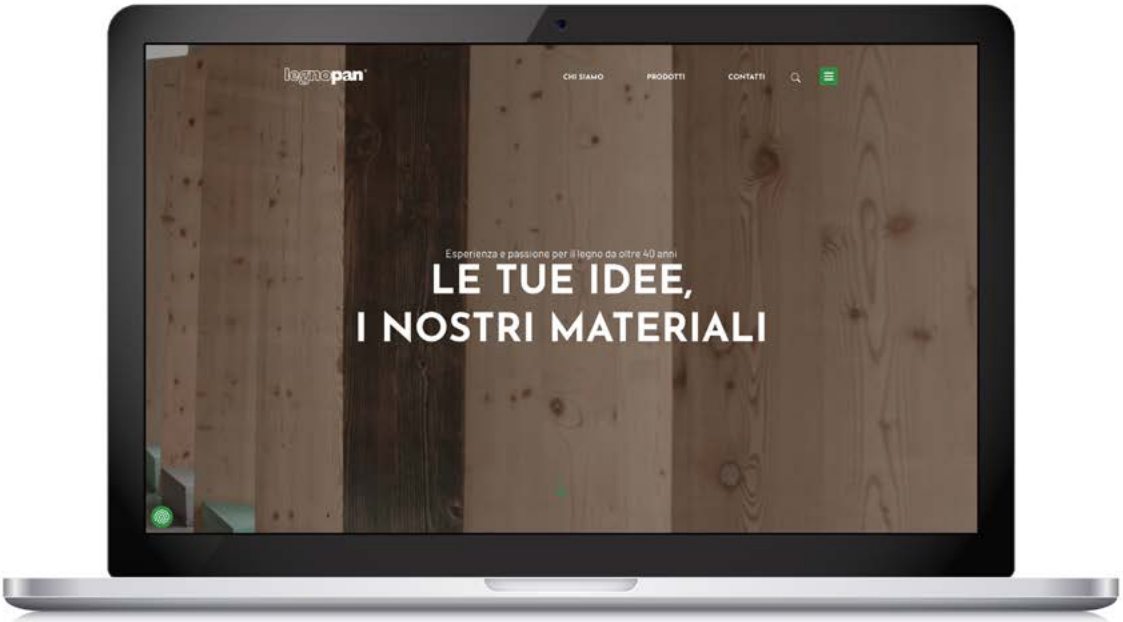
Scopri tutti i nostri **prodotti in pronta consegna** della **Collezione 111**

Pg 3-5 ARTICOLO

"Il sito Legnopan"

Il sito: hub della comunicazione

legnopan.com, molto più che un restyling

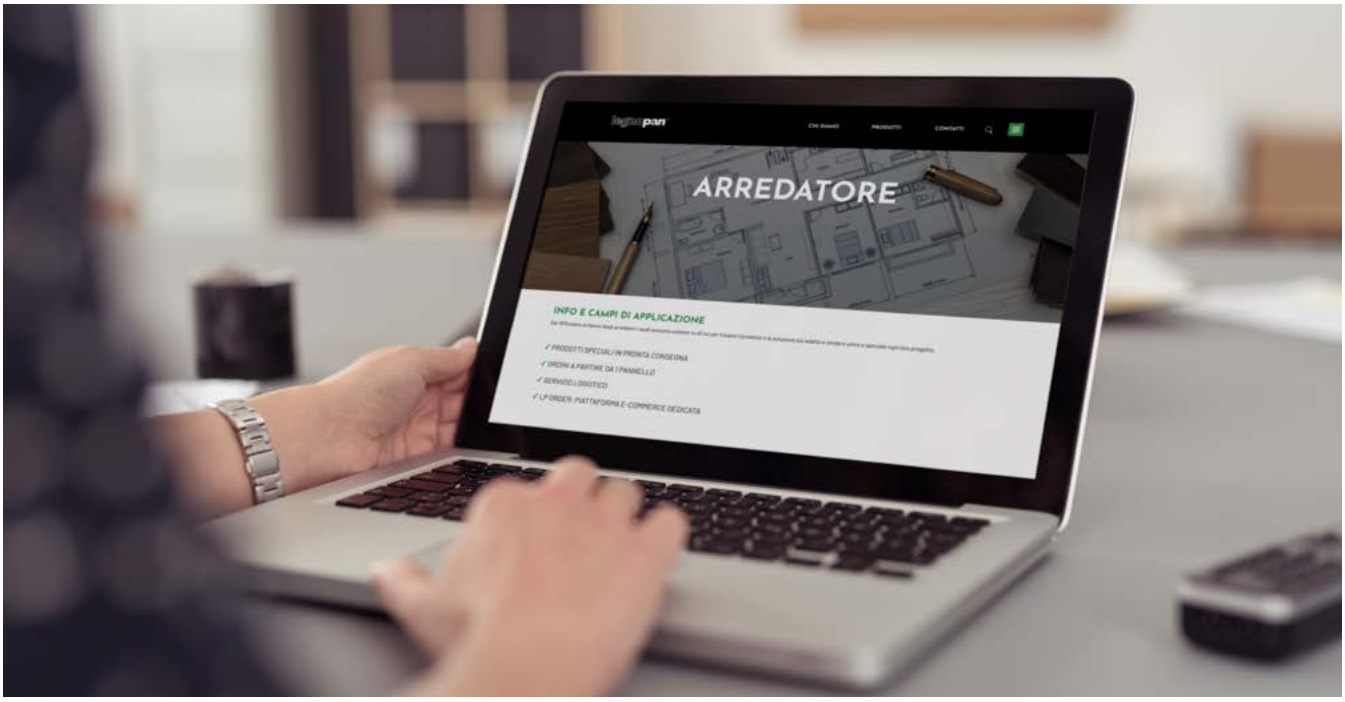


Dopo quasi 10 anni di onorato servizio, il sito Legnopan, che aveva ben veicolato l'immagine e la crescita dell'azienda, non rispondeva più alle attuali caratteristiche della nostra realtà. Per questo ha lasciato il passo ad uno strumento completamente diverso. L'obiettivo era creare un ambiente in cui ogni utente, dal terzista all'arredatore, dall'architetto al cliente contract, possa trovare con immediatezza il servizio che fa al caso suo. Il progetto, fortemente voluto dalla Direzione, si realizza con l'apporto dell'ufficio marketing e dei collaboratori interni, che hanno lavorato assieme ad alcuni consulenti esterni.

Pg 3-5 ARTICOLO

Il nuovo sito si ispira al principio della semplificazione, a partire da una navigazione molto lineare, lungo le direttrici principali di ***azienda*** (la storia, le persone), ***servizi*** (innovazione, consulenza) e naturalmente i ***prodotti***, quel patrimonio ricchissimo di materiali che rispondono alle più varie esigenze creative dei designer.

La linearità diventa accoglienza dell'utente online, espressione di quella ***capacità fondante di Legnopan di trovare la soluzione più semplice*** ed efficace alle richieste dei professionisti dell'interior design. La logica del sito si snoda attraverso i principi della ***centralità dei contenuti***, di cui il brand diventa produttore, della ***SEO***, fondamentale per una presenza efficace nel contesto online, e del "***mobile***", ovvero di una accessibilità che non conosce i limiti dello strumento utilizzato (sempre più un palmare o uno smartphone) per diverse funzioni operative, non solo di consultazione.



Pg 3-5 ARTICOLO

Il nuovo sito è un ambiente in cui ogni utente troverà il servizio che sta cercando.

Legnopan si rende protagonista dando ***centralità all'immagine della sua sede operativa***, mostrata in video emozionali che ne valorizzano le qualità funzionali ed estetiche. Nell'ottica del contenuto trova uno spazio rilevante lo ***showroom***, con la categorizzazione dei prodotti in base alle caratteristiche e agli usi dei prodotti, divisi in famiglie. In parallelo, un uso più attuale del linguaggio visivo, con ***foto e video*** realizzati ad hoc. Per essere "king" della comunicazione, il content deve essere aggiornato con semplicità e con costanza.

Per questo la struttura è leggera e versatile e si piega in funzione del materiale da pubblicare, consentendo agli addetti alla comunicazione di lavorare agevolmente in back-end e di utilizzare la presenza online come punto di contatto principale con gli utenti, e centro di gravità per le azioni SEO e la comunicazione in ambiente social.

Pg 6-7 RUBRICA

"Focus sulla comunicazione"

Fare bene (e farlo sapere)

Focus sulla comunicazione di Legnopan

Le imprese venete e la comunicazione non hanno spesso storie edificanti da raccontare. La pecca di molte realtà imprenditoriali del nostro laborioso territorio sta proprio nella capacità ancora non ben espressa di dare la giusta rilevanza a tutto ciò che non attiene strettamente la produzione, o il core business dell'azienda. Promozione e comunicazione, insomma, restano un po' in disparte. Questo va detto per delineare uno sfondo generale, sul quale si stagliano alcune realtà che invece spiccano anche per la qualità della loro comunicazione, e per l'intelligenza che dimostrano nel coinvolgere tutti i loro referenti, proponendo contenuti di valore. Chi si occupa di comunicazione sa bene che la regola di fondo è "Fare bene e farlo sapere".

Entrambe le cose, e in quest'ordine. Una comunicazione densa di significato ha salde le radici nell'operato dell'impresa, a tutto tondo, ovvero nella sua attività produttiva come anche nella sua vita collaterale, come realtà attorno alla quale ruotano le vite di tante persone e di una comunità. Poi arriva il momento di condividere ciò che si fa (anzi, meglio: ciò che si è), non solo per farlo sapere a tutti, ma per portare un contributo alla discussione, ovvero al mercato, ai partner e ai clienti.

Si condivide ciò che si è:
l'immagine è espressione dell'essenza

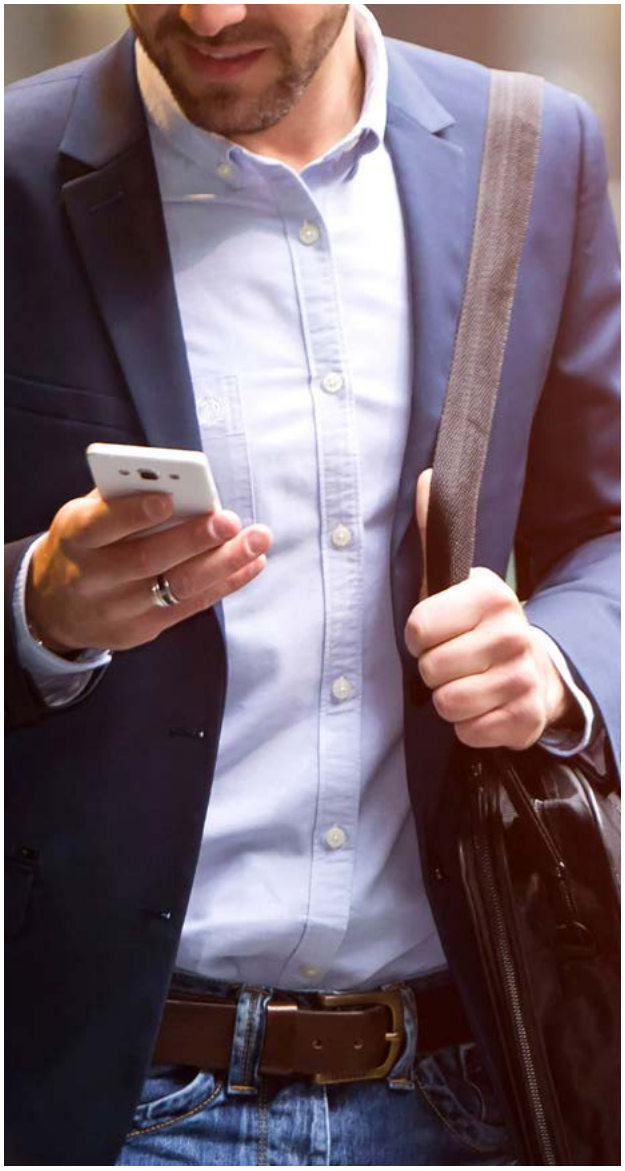
Con questo spirito, ***Legnopan inaugura una nuova stagione della propria comunicazione***. Dopo mesi di elaborazione di diverse strutture – da quelle informatiche a quelle organizzative, fino all'impianto automatico di stoccaggio e picking– che hanno cambiato radicalmente la vita in azienda, è venuto il momento di dare ***un segnale visibile esternamente, e di adeguare la comunicazione alla realtà che l'impresa rappresenta***. L'immagine come espressione dell'essenza.

Il cambiamento non è stato improvviso, ma è il frutto di un lavoro lento, di accumulo di molte azioni, intraprese online e offline. Certamente l'aspetto più evidente, e dunque il ***cuore del cambiamento nella comunicazione, è il lancio del nuovo sito internet***, avvenuto in febbraio 2022.

"Essere" social

Non "stare" sui social

I social network sono una bella sfida per le aziende. La loro apparente semplicità, ovvero l'immediatezza nel loro utilizzo, non va intesa in antitesi con il loro potere strategico. Come è normale che sia nella crescita della comunicazione di un brand, dopo una prima stagione di pura presenza, ora si cambia passo. Non si distingue più tra comunicazione online, social e offline, ma i tre ambienti, con i diversi linguaggi che li caratterizzano, si integrano, andando a completare il ventaglio di punti di contatto con gli interlocutori dell'azienda. I social non sono tutti uguali, e non sono l'unico strumento per far nascere e crescere un dialogo che vada oltre la semplice informazione.



Pg 8-9 RUBRICA

"Essere social"

Per questo ***il piano editoriale si articola sempre più***, andando a coinvolgere in modo profondo un pubblico diversificato, che si incontra su Facebook, Instagram, Linkedin o YouTube. Legnopan ha moltissime cose da raccontare, tra storia imprenditoriale, prodotti, progetti, materiali, ricerca, partnership, ma ***la chiave di volta sta nelle persone, i veri volti del brand***, i primi ambassador del suo valore. Sono i dirigenti e tutti gli addetti, interni ed esterni, sono i clienti, gli utilizzatori che trasformano i materiali inserendoli nei loro progetti.

L'autenticità dei loro messaggi si sposa con la potenza evocativa del video, il linguaggio più ricco e attuale nella comunicazione online: per questo il progetto di comunicazione si sviluppa in direzione della produzione di interviste che vedremo prossimamente sul canale YouTube e sul nuovo sito, vero hub di tutta la comunicazione corporate. Per ciascun tema trattato, potremo virtualmente incontrare la persona in azienda che meglio può presentarlo; poi la discussione potrà spostarsi sui social preferiti da ciascuno, sfruttando la loro straordinaria capacità di favorire il dialogo, la condivisione di idee e opinioni e, speriamo, di far scoccare la scintilla dell'innovazione, proprio dal confronto tra le persone.

Un tema "green" per la nostra immagine

L'immagine aziendale nasce dai presupposti del fare impresa. Per Legnopan uno di questi presupposti è contrastare l'impatto che l'attività produttiva inevitabilmente ha sull'ambiente. Realisticamente, essere green significa limitare al massimo il consumo di materiali ed energia, attraverso la gestione consapevole delle foreste, come garantito dalle certificazioni FSC® e PEFC™ di molti materiali. Significa anche tendere verso un uso sempre maggiore di energia da fonti rinnovabili e sostenere una costante lotta agli sprechi di materie prime.

Una skyline non urbana, con il bosco di conifere, per armonizzare ambiente e costruzione industriale.

È possibile tradurre il rispetto per l'ambiente in termini di comunicazione? Naturalmente sì. Legnopan ha scelto di rivestire le pareti esterne del nuovo impianto automatico con un ***murales che riproduce il cielo e un bosco di conifere***, riprendendo la visione delle montagne che fanno da sfondo alla sede dell'azienda. Il manufatto si inserisce così in modo armonico nel paesaggio pedemontano

Pg 10-11 RUBRICA

"Tema green"

Il rispetto per l'ambiente ispira l'immagine dell'azienda.

Il profilo del bosco è una ***nuova skyline, non urbana***, che sorprende piacevolmente, attirando lo sguardo dell'osservatore. La sagoma è stata adottata come elemento ricorrente e caratterizzante dell'immagine aziendale. Si tratta di un modo immediato per trasmettere il senso di attenzione alla natura, tanto quella circostante (da non turbare visivamente nel momento in cui si amplia la costruzione), quanto quella distante da cui proviene il materiale elaborato per realizzare i prodotti che sono nei cataloghi Legnopan.

Pg 12-13 ABOUT LEGNOPAN

"Showroom & Consegne"

i nostri showroom

L'esperienza del servizio a tua completa disposizione.

Ti aspettiamo!

CI TROVI ANCHE A IBIZA, MONACO E BRNO!

le nostre consegne

Frequenza del servizio di consegna Legnopan nelle regioni d'Italia

Belluno	1	giorno su 5
Bolzano	3	giorni su 5
Bergamo	2	giorni su 5
Brescia	2	giorni su 5
Mantova	2-3	giorni su 5
Milano	2-3	giorni su 5
Padova	3	giorni su 5
Pordenone	2-3	giorni su 5
Rovigo	2-3	giorni su 5
Trento	4	giorni su 5
Treviso	3	giorni su 5
Udine	1-2	giorni su 5
Venezia	2	giorni su 5
Verona	2-3	giorni su 5
Vicenza	4	giorni su 5

Emilia	2-3	giorni su 5
Marche	2-3	giorni su 5
Toscana	1-2	giorni su 5
Zona Brianza	2-3	giorni su 5
Liguria	1	giorno su 7
Piemonte	1	giorno su 7

Resto d'Italia	1	giorno su 7
Slovenia	1	giorno su 7
Svizzera	1	giorno su 7

Legnopan S.p.A.

Via dell'Industria, 13/15
36013 Piovene Rocchette (VI)
Italia

T. +39 0445 551500
F. +39 0445 551515

info@legnopan.com
www.legnopan.com

Legnopan News

Registrazione Tribunale di Vicenza
n. 1080 del 16.08.2004

Direttore responsabile: Anna Baldo

Hanno collaborato: Silvia Ciscato, Marta Brunello