

LegnanoNews

Le news di Legnano e dell'Alto Milanese

Ufficio stampa a Milano: come è cambiato dopo il Covid

divisionebusiness · Thursday, September 16th, 2021

La lunga pandemia e le restrizioni alla libertà di ciascuno di noi ha imposto una profonda riflessione nelle aziende che hanno dovuto rivedere in modo radicale il modo di comunicare al mondo esterno e come promuoversi sul mercato. Questo ha comportato anche un cambiamento nella gestione di un ufficio stampa a Milano: vediamo quali sono state le principali sfide delle press agency.

Ufficio stampa: Milano oggi è un nuovo scenario

L'ultimo anno è stato un periodo di grandi mutazioni per tutte le aziende, incluse quelle che si occupano di PR: Milano, in particolare, che da sempre è la culla del digitale e della moda è, ancora una volta la vera protagonista di questi cambiamenti.

Da una parte è fondamentale sottolineare come quest'ultimo periodo abbia portato ad un decisivo passaggio degli utenti verso il digitale: le persone navigano per la maggior parte del tempo da smartphone e trascorrono anche molte ore sul web e sui social media per informarsi e fare acquisti. Le aziende, di conseguenza, hanno rivisto la propria presenza sul web e oggi richiedono ad un [ufficio stampa Milano](#) la capacità di saper unire una comunicazione efficace attraverso i canali tradizionali, ma anche digitali.

La padronanza del web e delle nuove piattaforme comporta, d'altra parte, una rivoluzione nell'organizzazione dei team delle press agency: infatti – sebbene l'inserimento di nuove figure con marcate e specifiche competenze digitale fosse già iniziato in molte realtà – nell'ultimo periodo questa necessità è diventata incalzante se non, addirittura, impellente.

Le Press Agency e l'equilibrio tra comunicazione tradizionale e strategia digitale

In un contesto così fluido e dinamico ogni ufficio stampa Milano che vuole ancora essere competitivo ha saputo cambiare a seconda dei tempi, proponendo soluzioni nuove e al passo con le nuove e rinnovate necessità dei clienti. In particolare, è opportuno sottolineare quanto sia importante oggi per le aziende scegliere quelle press agency che sappiano integrare le competenze nell'ambito del PR tradizionale con quelle digitali.

L'obiettivo deve essere quello di creare delle **strategie di comunicazione omnicanales** che possano raggiungere il maggior numero possibile di clienti esattamente dove desiderano entrare in comunicazione con il proprio brand. In questo gli uffici stampa a Milano e le Press Agency hanno

imparato ad interagire con i reparti marketing delle aziende – quando presenti – per poter creare delle interessanti sinergie che portano ad un complessivo aumento della visibilità e delle vendite.

Errani Studio PR & Communication, Ufficio stampa a Milano al passo con i tempi

Errani Studio PR & Communication è un ufficio stampa a Milano e agenzia di comunicazione verticale nel settore fashion e beauty luxury. Grazie alla propria capacità di cogliere le nuove sfide che il mercato mette a disposizione, la press agency ha saputo rimanere al passo con i tempi: oggi, infatti, ha dimostrato di saper conoscere, interpretare e rispondere alle richieste di utenti sempre più connessi. Nel post Covid, tutto il team ha imparato a dare un nuovo supporto alle aziende, analizzando a fondo la loro immagine e creandone una ad hoc sui social media attraverso una strategia taylor-made.

This entry was posted on Thursday, September 16th, 2021 at 7:00 am and is filed under [Altre news](#). You can follow any responses to this entry through the [Comments \(RSS\)](#) feed. You can leave a response, or [trackback](#) from your own site.