

# Asso vincente

Grazie all'esperto in comunicazione Andrea Di Maso, il Consorzio Seaman rafforza la propria brand reputation nell'offerta dei servizi alberghieri e si apre a nuove sfide nel settore degli happening

◆ Cristina Chiarotti

Declinare la comunicazione. Ecco, in due semplici parole, il cuore dell'idea di Andrea Di Maso, dall'estate scorsa, consulente di marketing e comunicazione del Gruppo Seaman. A lui il compito di riorganizzare l'immagine del Consorzio e di ampliarne le relazioni istituzionali, grazie a un lavoro di squadra, quotidiano e capillare in ogni aspetto delle scelte operative dell'azienda.

Ma quali sono state le prime decisioni di marketing e quali le strategie future?

«Sono convinto da sempre dell'importanza di saper comunicare nel modo giusto le proprie potenzialità al mercato», racconta **Andrea Di Maso**, «Il cosiddetto "packaging", quando ben confezionato, vale il 50% del successo di un'iniziativa, ovviamente da supportare con contenuti concreti. Un valore aggiunto che ha tro-

L'intero staff del Consorzio



vato sempre conferma della sua importanza nella mia esperienza lavorativa. L'incontro con il Consorzio, in particolare con lo staff operativo e dirigenziale, è stato da subito molto positivo, ma è stata altresì evidente la necessità immediata di un nuovo spirito di impresa».

### Un global service affidabile

Il Consorzio Seaman è una realtà dedicata ai servizi alberghieri sempre in crescita e dinamicamente competitiva sul territorio nazionale. Con un portfolio di circa 20 società consorziate in continuo aumento e quasi mille dipendenti in pianta stabile presso le strutture seguite, l'azienda ha in poco tempo raccolto i frutti di una sapiente miscela di proposte e servizi estre-



**Andrea Di Maso,**  
consulente marketing  
e comunicazione  
del gruppo Seaman



### Chi è

Imprenditore, scrittore, produttore discografico. Andrea Di Maso, classe 1973, è un'anima estremamente versatile. Nel 2000 ha fondato la Segnalet, azienda di primaria importanza nel settore della Comunicazione. La serietà e l'impegno profusi sempre ai massimi livelli gli hanno permesso, in questi anni, di ricevere importanti riconoscimenti: il Premio come "Miglior talento imprenditoriale Under 35, anno 2008" conferitogli dalla Provincia di Roma; la benemerenzza di "Commendatore" (massima onorificenzza del Principato di Monaco) in tema di solidarietà, nel 2010, dal Principe Alberto di Monaco e la nomina di Cavaliere dell'Ordine "Al merito della Repubblica Italiana" nell'anno 2011. Ma è imparando che «la vera sfida è con noi stessi» che Andrea Di Maso ha avuto successo: «non ho mai smesso di imparare e tutte le volte che ho imparato ho fatto qualcosa di importante per me e per gli altri». Scrittore per Gangemi e produttore discografico con la sua Fragola Records, Di Maso è impegnato anche nel sociale organizzando ogni anno il Festival del Cuore, un evento benefico che sta crescendo sempre di più e che permette di devolvere fondi per attività concrete e mirate. Tra le sue passioni anche lo street food, che con il suo brand "Panino Italia" lo ha visto ambasciatore nel mondo del panino gourmet made in Italy.

Alcuni allestimenti realizzati da Seaman per MIA Mercato Internazionale dell'Audiovisivo e per un convegno presso St. Regis Hotel



mamente personalizzati. L'esperienza del Gruppo, negli anni, si è diversificata, diffondendosi capillarmente e crescendo nella sistematica organizzazione di servizi nel settore pubblico, come ministeri, strutture sanitarie, aeroporti, sia con attività di facchinaggio e logistica, che con pulizie, housekeeping e ristrutturazioni immobiliari.

Oggi Seaman si propone come un partner affidabile e competitivo, un global service "chiavi in mano" di qualità per servizi a 360 gradi: dalla proposta tecnologica, con impianti d'avanguardia completamente automatizzati e personalizzabili, all'allestimento e alla spettacolarizzazione di ogni tipologia di evento anche all'interno di strutture alberghiere, dalla ristrutturazione degli ambienti con progettazione layout e consulenza fino alla realizzazione finale. A tutto questo si aggiunge l'affiancamento di gestione attraverso il monitoraggio di tutte le attività di outsourcing con soluzioni integrate ed ecosostenibili.

### Una nuova strategia di comunicazione

«Nel momento in cui il Gruppo ha consolidato la sua presenza sul mercato, ampliando il ventaglio delle proposte», continua Di Maso, «si è avvertita una forte necessità di personalizzare brand communication e brand strategy. Il mio compito sarà quello di riorganizzare una strategia di comunicazione condivisa e vincente, in modo da renderla l'asso nella manica di Seaman. Una strategia che sia in grado di distinguere il Consorzio dalla



concorrenza, dandogli la possibilità di ottimizzare costantemente la propria offerta e di riposizionarsi adeguatamente sul mercato. Sono molti gli strumenti da utilizzare, dai layout dei messaggi promozionali diretti alla valorizzazione degli eventi organizzati in sinergia con il cliente, alla scelta oculata degli allestimenti, fino alla condivisione sui maggiori social di riferimento. Il web è una risorsa di comunicazione potente, ma è importante conoscerne le strategie per avere un ritorno di immagine positivo. Fondamentale è il lavoro di squadra, saper utilizzare al meglio tutte le energie dello staff perché è su quest'ultimo che si costruiscono un'organizzazione efficiente e un servizio ineccepibile».

Grazie al suo consolidato know-how tecnologico e professionale, Consorzio Seaman è oggi capace di porsi come interlocutore unico e risolutore di ogni incombenza del committente in ciascuna fase



operativa: da quella amministrativa (bandi e procedure di gare, assunzioni e contabilità, contatti con i fornitori ecc.) a quella di realizzazione (progettazione spazi eventi, risorse tecnologiche e grafiche, impianti audio, giochi visivi, ecc.), sempre in sinergia con il cliente. Gli eventi, in particolare, sono un asset su cui il Gruppo punta molto: «abbiamo avuto l'opportunità di organizzare diversi tipi di eventi, spaziando da eventi business ad eventi charity fino ad eventi sportivi con diverse federazioni», racconta **Emanuela Castellucci**, responsabile eventi del consorzio.

### Un rapporto stretto tra azienda e clienti

La fidelizzazione del cliente e un'assistenza a 360 gradi sono i punti di forza del Consorzio Seaman. La mission dell'azienda è infatti ottimizzare le risorse in stretta sintonia con la gestione interna, limitando

i costi e proponendo facilities per la revisione di ogni tipologia di struttura, verso una idea più competitiva di management aziendale, all'insegna dell'ecosostenibilità, monitorando le sacche di emergenza in tempo reale e introducendo best practices che valorizzino tutte le risorse.

«Credo che la comunicazione sia il punto di partenza e di arrivo per ogni cosa, la carta vincente che può fare la differenza. Devo molto alle iniziative che ho intrapreso per comunicare e promuovere ciò che facciamo e per creare un rapporto sempre più stretto tra l'azienda e i clienti», conclude Di Maso. Grazie alla dinamicità, versatilità e intraprendenza di Di Maso, oggi Consorzio Seaman può contare su una consulenza mirata e organica, in grado di dare nuovo slancio ad un'azienda che, per quanto sia già forte, non può dimenticare, nell'era del "global marketing", l'importanza della comunicazione visiva e del lavoro di squadra. ■

**Ogni evento viene pianificato nei dettagli in collaborazione con l'ufficio del personale**