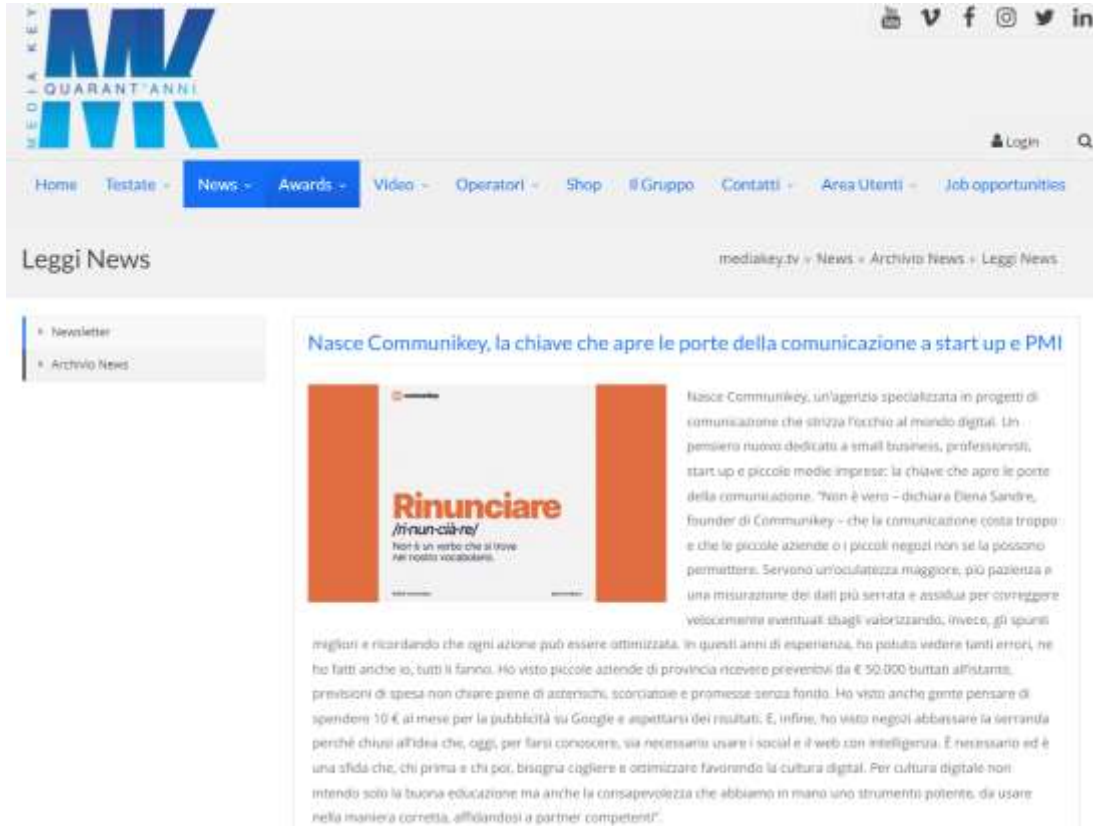


<https://www.mediakey.tv/news/archivio-news/leggi-news/nasce-communikey-la-chiave-che-apre-le-porte-della-comunicazione-a-start-up-e-pmi>



The screenshot shows the Media Key website interface. At the top left is the logo 'MEDIA KEY QUARANT'ANNI'. To the right are social media icons for YouTube, Instagram, Facebook, Twitter, and LinkedIn. Below the logo is a navigation menu with items: Home, Testate, News (highlighted), Awards, Video, Operatori, Shop, Il Gruppo, Contatti, Area Utenti, and Job opportunities. A search bar and a 'Login' button are also visible. Below the navigation is a breadcrumb trail: 'mediakey.tv > News > Archivio News > Leggi News'. On the left side, there are links for 'Newsletter' and 'Archivio News'. The main content area features the article title 'Nasce Communikey, la chiave che apre le porte della comunicazione a start up e PMI'. Below the title is a featured image with the headline 'Rinunciare /rinunciare/ Non è un verbo che si trova nel nostro vocabolario...'. To the right of the image is the beginning of the article text, which discusses the founder's experience and the agency's focus on digital communication for small businesses.

Nasce Communikey, la chiave che apre le porte della comunicazione a start up e PMI

Nasce Communikey, un'agenzia specializzata in progetti di comunicazione che strizza l'occhio al mondo digital. Un pensiero nuovo dedicato a small business, professionisti, start up e piccole medie imprese: la chiave che apre le porte della comunicazione.

“Non è vero – dichiara Elena Sandre, founder di Communikey – che la comunicazione costa troppo e che le piccole aziende o i piccoli negozi non se la possono permettere. Servono un'oculatezza maggiore, più pazienza e una misurazione dei dati più serrata e assidua per correggere velocemente eventuali sbagli valorizzando, invece, gli spunti migliori e ricordando che ogni azione può essere ottimizzata. In questi anni di esperienza, ho potuto vedere tanti errori, ne ho fatti anche io, tutti li fanno. Ho visto piccole aziende di provincia ricevere preventivi da € 50.000 buttati all'istante, previsioni di spesa non chiare piene di asterischi, scorciatoie e promesse senza fondo. Ho visto anche gente pensare di spendere 10 € al mese per la pubblicità su Google e aspettarsi dei risultati. E, infine, ho visto negozi abbassare la serranda perché chiusi all'idea che,



communikey

oggi, per farsi conoscere, sia necessario usare i social e il web con intelligenza. È necessario ed è una sfida che, chi prima e chi poi, bisogna cogliere e ottimizzare favorendo la cultura digital. Per cultura digitale non intendo solo la buona educazione ma anche la consapevolezza che abbiamo in mano uno strumento potente, da usare nella maniera corretta, affidandosi a partner competenti”.

Communikey vuole dare valore al talento e al concetto di consulenza: troppo spesso si sottostima l’impatto della strategia di comunicazione su un piano di business, si tende ad andare per tentativi o, peggio, a fare come fanno gli altri, senza che gli altri abbiano i piedi nelle scarpe giuste. Serve studiare e Communikey lo sa bene.

“Non mi arrendo – aggiunge Elena Sandre - all’idea che i piccoli debbano soccombere e non sfruttare le occasioni globali che la modernità ci pone davanti: rivolgermi a loro è un obiettivo sfidante”.

Volutamente Communikey non ha una sede fisica. Gli ultimi due anni ci hanno insegnato che, se vogliamo, il virtuale può avere un impatto concreto sul mondo reale. Possiamo essere ovunque e in qualsiasi momento, rimanendo umani.

Attualmente siamo un team di dieci persone, tra soci, collaboratori, grafici, advertiser, copywriter, sviluppatori, pr, videomaker. Il mondo della comunicazione è vasto e ha bisogno di un continuo confronto tra professionalità specifiche, esperienze variegata e seniority diverse. Per esempio, l’immagine coordinata è stata studiata da un giovane creativo, Christian D’Aprile, classe 2001.

“Ho scelto Christian – conclude Elena Sandre - perché ha una visione completamente diversa dalla mia, che sono nata negli anni ’80: io ho visto il telefono con la rotella e ho ancora il mio primo numero di cellulare, lui è un nativo digitale e viaggia sul web in maniera diversa da me, attenziona aspetti diversi della comunicazione. Penso che farsi contaminare sia l’unica soluzione per creare qualcosa di nuovo e dare valore alle aziende con cui collaboriamo”.



communikey