Eumetra si rinnova: nuova immagine, nuovo posizionamento e un'offerta arricchita

Milano, 22 ottobre 2020 - A cinque anni dalla sua nascita, Eumetra, istituto indipendente di ricerca sociale e di marketing, fondato nel 2015 da un pool di senior consultant, ridefinisce il proprio posizionamento, rinnova la sua immagine e presenta al mercato un'offerta arricchita. "Si tratta di un processo iniziato internamente a fine 2019, con l'intento di valorizzare e capitalizzare le esperienze e le competenze maturate fino ad oggi ed avviare una nuova fase di crescita dell'istituto." - racconta Matteo Lucchi, Presidente e Amministratore delegato - "L'avvento dell'emergenza sanitaria della scorsa primavera non ha interrotto questo progetto, ma lo ha semmai rinforzato e reso ancora più necessario. Stiamo vivendo un momento di cambiamento veloce e destinato a durare, che deve essere affrontato e gestito grazie ad una profonda comprensione dei fenomeni in atto e delle nuove attese degli individui e della società. Un'esigenza a cui Eumetra risponde. Forti di questa consapevolezza e supportati dall'impegno costante - durante e dopo i mesi del lockdown - di tutto il team e dalla fiducia delle tante Aziende che hanno continuato a rivolgersi a noi per i propri bisogni di ricerca (consentendoci di chiudere il Q3 con una crescita delle acquisizioni del 15% rispetto al 2019), abbiamo quindi deciso di proseguire il percorso intrapreso".

IL NUOVO POSIZIONAMENTO

Il primo step del piano di sviluppo delineato per il futuro di Eumetra, rappresentato dalla definizione e razionalizzazione del nuovo posizionamento strategico, è stato affrontato dal team di senior partner dell'istituto con il supporto dell'agenzia True Company. "Quello che sappiamo fare meglio – continua Matteo Lucchi – è creare conoscenza vera, rilevante e utile, grazie alla capacità di lettura e interpretazione dei fenomeni che caratterizza le persone di Eumetra". Da qui nasce il riferimento alla categoria dei "maker": gli artigiani digitali che, in piena rivoluzione digitale, hanno saputo rimettere al centro la prerogativa umana di creare e generare nuove idee. Allo stesso modo, Eumetra porta una nuova visione nel settore delle ricerche di mercato, recuperando il valore dell'interpretazione, al di là del dato neutro.
La mission di Eumetra è offrire la propria consulenza attraverso ricerche sociali e di marketing che realizza con un approccio unico, integrando le potenzialità delle più avanzate tecnologie, con la sensibilità, l'esperienza e le competenze più profonde del settore. Un'expertise che mette a disposizione dei decisori aziendali, per aiutarli a compiere le scelte migliori per il futuro.

IL NUOVO LOGO

Dal nuovo posizionamento discende una nuova immagine coordinata, contraddistinta da un nuovo logo composto da tre diversi elementi capaci di veicolare significativi profondi.
Il primo e più evidente è il pittogramma "eu", che recupera una caratteristica del primo logo dell'istituto, con la messa in evidenza del prefisso di origine greca che significa "bene, buono". All'interno del logo, il pittogramma occupa una posizione di rilievo, assurgendo a simbolo della direzione a cui tende l'attività dell'istituto a beneficio delle Aziende clienti. Eumetra è la "buona misura", intesa come la capacità di leggere oltre i dati, interpretarli correttamente e dare indicazioni certe e precise su come agire. Un messaggio ripreso anche dalla grafica delle due lettere che compongono il pittogramma - contraddistinta dall'inclinazione verso l'alto sia della linea della lettera "e", sia dell'asta sinistra della lettera "u" - che richiama un trend di crescita: Eumetra offre conoscenza per supportare i decision makers nel guidare lo sviluppo aziendale.

Il secondo elemento è il company name, semplificato sia nel lettering (non più Eumetra MR, ma semplicemente Eumetra), sia nel font, che diventa più leggero ed elegante.
Infine il pay-off, "Knowledge. Vision. Decision.", capace di sintetizzare purpose, vision e mission dell'istituto.

L'ARRICCHIMENTO DELL'OFFERTA

L'offerta di prodotti di ricerca e dei servizi dell'istituto è stata razionalizzata e organizzata per guidare e supportare il mercato in tutte le sue esigenze, da quelle più complesse e strategiche, a quelle più tattiche, offrendo sempre consulenza di alto valore, percorsi di ricerca cost efficient e soluzioni veloci, concrete e immediatamente operative. Una suite di servizi attivi a livello nazionale e globale, grazie al network di partner selezionati di cui Eumetra si avvale per realizzare attività di ricerca in tutti i paesi europei e in oltre 100 paesi del mondo.

L'offerta Eumetra si articola in due grandi aree:

- Knowledge Building: un sistema di Osservatori proprietari, che costituisce un patrimonio unico di conoscenza, per comprendere la nuova società e il nuovo individuo: i suoi bisogni, i suoi consumi, nei diversi settori. Al centro di questo sistema conoscitivo, la ricerca "Benessere", costellata da una serie di indagini satellite, verticali per industry o dedicate a specifici target (Mamme, Generazione Z, Baby Boomer, ecc.), capaci di rispondere ai "perché" che determinano le azioni delle persone.
- Ad hoc solution: la suite di soluzioni di ricerca pensate per dare indicazioni personalizzate alle Aziende su come aggiornare la propria offerta (New Ideas Factory), il proprio modo di comunicare (New Media Fine Tuning) e di relazionarsi con i Clienti (New Experienced Customer).

Eumetra investe continuamente in entrambe le aree, per aggiornarle e per individuare gli strumenti di ricerca più efficaci ed evoluti.

NUOVA SEDE E INVESTIMENTI IN NUOVE RISORSE

A far da cornice a questa nuova era di crescita e rinnovamento, Eumetra ha scelto un nuovo quartier generale: una sede ampia e funzionale nel cuore della vecchia Milano, in Corso Magenta, 85. Sebbene lo smart working sia a tutt'oggi la soluzione praticata e incoraggiata, destinata quindi a durare e a rappresentare un'opportunità anche in futuro, grazie a questi nuovi, confortevoli ed ampi spazi sarà possibile gestire, all'occorrenza e in totale sicurezza, una maggiore presenza in sede da parte delle persone interne ed esterne.
In coerenza con i risultati delle più recenti ricerche dell'istituto, dalle quali emerge con chiarezza l'attesa di maggiori investimenti da parte delle aziende sulle persone, il più importante e strategico investimento affrontato da Eumetra in questa fase è rappresentato dall'ingresso nel team di tre professionisti con grande esperienza nel settore della ricerca di mercato: Giovanna Martinelli, Nina Macali e Alberto Stracuzzi. La loro presenza consentirà di rafforzare sia l'area di ricerca e sviluppo, sia quella della relazione con i clienti.

Per maggiori informazioni:
Sara Simonetto
sara.simonetto@eumetramr.com
T +39 02 22198360