



## RADIOFFICINE

### #Connessi intervista i Music Service Provider

*I Music Service Provider sono aziende specializzate nel creare e fornire alle attività commerciali palinsesti e playlist personalizzate per ogni singola tipologia di business. I servizi offerti sono di In-store Radio, Brand Radio, Brand tv e altri servizi correlati alla diffusione di musica negli spazi commerciali.*

Radiofficine è una giovane azienda fondata nel 2012 con l'obiettivo di offrire servizi personalizzati audio e video a terzi e che affonda le proprie radici direttamente nel solido know-how professionale acquisito dai soci i quali vantano importanti esperienze lavorative nel comparto radiofonico, della produzione audio e della musica dance indipendente. Animati da una curiosità mai sopita, essi non hanno mai smesso di mettersi in discussione, di studiare a fondo le nuove tecnologie e applicare la loro esperienza alla continua ricerca di soluzioni innovative per offrire ai clienti di Radiofficine quanto di meglio la tecnologia mette oggi a disposizione. Abbiamo rivolto alcune domande a Paolino Nobile, responsabile dell'area commerciale.

### Quale servizio offri ai tuoi clienti?

Radiofficine offre servizi audio e video totalmente personalizzati sulle specifiche esigenze del cliente che per comodità definiamo con i termini Radio In Store, Digital Signage e Music Tv Cast. Radio In Store è un servizio audio che prevede la creazione di una radio dotata di autonoma regia broadcast con un proprio clock e relativo palinsesto musicale programmato ad hoc. Il servizio video Digital Signage permette di veicolare su monitor installati all'interno degli spazi commerciali immagini e contenuti video dedicati ad alto contenuto emozionale di forte impatto sul consumatore. Music Tv Cast è un servizio audiovisivo che trasmette i videoclip hit del momento alternandoli a contenuti video dedicati e si pone a tutti gli effetti come un canale televisivo musicale personalizzato che trova la sua naturale collocazione in ambienti giovani e dinamici.

**Ci puoi descrivere, a tuo avviso, perché è importante la musica nell'esperienza di acquisto all'interno di un esercizio commerciale?**

La musica ci accompagna in ogni fase della nostra vita pertanto nel momento in cui decidiamo di trascorrere parte del nostro tempo



IL TEAM: da sinistra Jonatha Barbieri, Luca Soldi, Luca Tavoni, Riccardo Nanni, Ivan Calandra e Paolino Nobile

all'interno di un esercizio commerciale, l'aver a disposizione una piacevole sonorizzazione evoca in noi emozioni, ci fa sentire a nostro agio e di conseguenza tendiamo a rilassarci e a trascorrere più tempo in quel gradevole ambiente a totale beneficio di chi vi esercita un'attività. Non è un caso che le multinazionali abbiano per prime iniziato a sonorizzare i loro spazi commerciali: ora la tecnologia permette anche a piccoli e medi imprenditori di poter intraprendere il medesimo percorso per beneficiare del valore aggiunto che la musica può apportare alla propria attività.



**Qual è il target dei tuoi clienti e com'è composto il palinsesto che confezioni per loro?**

Il nostro cliente tipo è un imprenditore molto attento alla qualità dei servizi che utilizza, ben conscio del fatto che anch'essi riflettono l'immagine della sua azienda. Il desiderio di migliorare la percezione del proprio marchio, esaltare il valore della propria attività ed evitare l'intrusione di comunicati commerciali della diretta concorrenza all'interno del perimetro degli spazi commerciali sono le principali

motivazioni che muovono chi si rivolge a noi. Riuscire a dare le giuste risposte in termini di professionalità, qualità e tecnologia svolgendo su base quotidiana il nostro lavoro con passione e impegno è quanto ci compete. In totale onestà, non esiste un palinsesto che possa andare bene per tutti e proprio perché lavoriamo con questa maniacale cura del particolare, in primis viene definito il clock della Radio sul quale andiamo poi in seconda battuta a modellare il palinsesto che deve tenere in considerazione target di utenza, permanenza media del consumatore negli spazi commerciali di riferimento, fascia oraria oltre alle eventuali specifiche esigenze manifestate dal cliente che necessitano essere soddisfatte.

**Che tipo di differenziazioni esistono e come sta evolvendo il mondo delle radio in store? Con quali prospettive?**

La tecnologia si evolve molto rapidamente e la sfida che pensiamo di aver raccolto alla luce dei risultati fin qui conseguiti risiede principalmente nell'area ricerca e sviluppo che oggi ci permette di offrire servizi decisamente più evoluti e di qualità rispetto ad una semplice playlist che spesso e volentieri vediamo definire impropriamente Radio. L'interazione tra audio e video diverrà sempre più predominante e chi saprà cavalcare l'onda dell'evoluzione tecnologica evitando di rimanere immobile su tecnologie obsolete troverà sicuramente una giusta collocazione sul mercato. Come sempre professionalità, serietà e talento aiuteranno a fare la differenza.