

## IL NOSTRO MESTIERE \ FILOSOFIA

L'approccio di Media Consultants al mercato è da sempre orientato al servizio, inteso come strumento di dibattito e confronto con il mercato. E' attraverso questo costante interagire con tutti gli operatori del complesso mercato della comunicazione d'impresa, completato da un continuo monitoraggio di ciò che avviene all'estero, che la nostra società è in grado di porsi, oltre che come fornitore di applicazioni e di servizi, come partner per la soluzione dei problemi. La nostra capacità di adattamento al mutare degli scenari di mercato, alla disponibilità di nuove fonti informative e all'evoluzione degli strumenti informatici e di telecomunicazione, ci ha sempre messo in grado di proporre tempestivamente soluzioni aggiornate e in linea con le conoscenze più avanzate. Il nostro approccio è da sempre quello di ottimizzare gli investimenti dei nostri clienti, garantendo l'aggiornamento e l'implementazione nel tempo delle soluzioni proposte.

La formazione dei nostri clienti, all'uso dei servizi e dei prodotti, ma anche alla conoscenza delle metodologie e degli approcci all'analisi e alla pianificazione dei mezzi, è un compito che svolgiamo sistematicamente e con competenza anche in collaborazione con le Associazioni del settore e con le principali Scuole, Master e Università.

Il nostro servizio di assistenza ai clienti, in costante evoluzione e aggiornamento, è sempre attento al nascere di nuove esigenze, pronto a reagire con proposte mirate alla soluzione delle problematiche emergenti.

I nostri specialisti nella gestione delle banche dati (investimenti pubblicitari, caratteristiche e prezzi dei mezzi, ascolto della televisione, lettura di quotidiani e periodici, ascolto della radio, tiratura e diffusione dei mezzi stampa, programmi televisivi e eventi di promospensorizzazione, spot e break televisivi e altro ancora) sono attivi quotidianamente per garantirne il costante aggiornamento. I nostri sistemi informatici sono in grado di garantire il mantenimento di considerevoli serie storiche, ma anche la loro distribuzione, ove necessario, verso i sistemi installati presso i clienti.

La filosofia che ci ha sempre guidato e che ci vede particolarmente impegnati in questi anni di tumultuosa evoluzione del sistema pubblicitario italiano, può sintetizzarsi nella parola integrazione. Integrazione di fonti, di strumenti, di procedure. Siamo convinti infatti che la sfida che tutto il mercato ha di fronte sia proprio l'ottimizzazione delle risorse, l'automazione delle procedure e il potenziamento dello scambio di informazioni. Ciò sia sul piano tecnico e specialistico, che sul piano amministrativo/contabile.

Integrazione, inoltre, significa attivare gli strumenti informatici oggi disponibili che consentono di approcciare con successo la problematica della distribuzione delle conoscenze: sia in modalità intra-aziendale (tutte le funzioni aziendali devono poter accedere alle informazioni utili per lo svolgimento delle loro funzioni), sia in quella inter-aziendale (tutti i partner di uno specifico business devono poter disporre e scambiare, il più rapidamente possibile, tutte informazioni utili per il raggiungimento del comune obiettivo in una logica win-win).