

## Dopo App, blog e Facebook, AEC lancia i video AECnews

Facebook ha recentemente compiuto i suoi primi dieci anni, se è vero che questo, come tanti altri social network, conoscono una diffusione planetaria, il settore assicurativo non ha ancora pienamente sfruttato questo trend. Non solo social network, perché blogging, siti web, video e tutto ciò che è "comunicazione 2.0" è ancora lontana dall'esser pienamente padroneggiata da questo settore. Tra chi lo fa, oltre ai grandi del mercato - fra i quali spiccano, su tutti, le grandi compagnie, italiane e straniere - meritano una riflessione a parte alcuni specialisti di nicchia del mercato assicurativo che, pur non eguagliando per dimensioni i "big", sono comunque in grado di esprimere comunicativamente molto di più di quello che le loro dimensioni lascerebbero altrimenti intendere. Fra questi, vi è sicuramente AEC Wholesale Group, il gruppo guidato da Fabrizio Callarà che, da sempre, è una realtà

molto attenta alla propria brand reputation e a investire nella comunicazione aziendale e non solo. Oltre alla app AEC Risk Assessment, una newsletter con migliaia di iscritti, un blog su Wordpress, una presenza su tutti i principali social - da Facebook a Google Plus - AEC sbarca su You Tube con una serie di video denominata AECnews. Una rubrica che ha l'ambizione di rendere "leggera" la comunicazione su nuovi prodotti, temi d'interesse e linee di business. Il tutto fatto con video molto brevi dove sono gli stessi responsabili di AEC a presentare le novità, annullando così la distanza che si frappone tra operatori del settore assicurativo che lavorano, spesso, molto lontani gli uni dagli altri.

Senza dimenticare il web "tradizionale". Infatti, AEC ha da poco messo online i nuovi siti delle società del Gruppo in una veste totalmente rinnovata e coerente con l'impostazione "2.0" che AEC ha impresso a tutte le sue attività: cioè



**Fabrizio Callarà**, ceo di AEC Wholesale Group

dall'immagine sul web e sulla carta stampata, fino alla comunicazione con i suoi Stakeholder, sempre più ispirata a criteri di trasparenza, solvibilità e solidità.

Sponsored by

