

# Mil



Progetti all'avanguardia anche nella comunicazione. Con lo sbarco su SL. Intervista a **Milena Mineo**, ceo dell'agenzia milanese



**S**e volessimo riassumere in una parola la peculiarità dell'agenzia milanese Mil, il termine più adatto sarebbe: originalità.

Mil – acronimo del core business: Marketing Incentive Leisure – è nata nel 1999 con la finalità di aiutare le aziende-clienti a raggiungere obiettivi di incentivazione, brand positioning e team building, attraverso viaggi incentives inediti, convention show, road show ed eventi ad alto contenuto innovativo. Per poter fare questo e rispondere tempestivamente alle esigenze del mercato è necessaria una struttura dinamica, flessibile e orizzontale, dove si possano decidere rapidamente dei “sì” a favore del cliente e dove si possano utilizzare risorse umane di altissimo profilo di volta in volta, a seconda delle necessità senza limitazioni,

come avviene invece nelle società piramidali.

L'originalità si esprime non solo attraverso lo sviluppo di progetti creativi, emozionanti, da ricordare, ma anche nel proporli con una modalità innovativa, come ci racconta la titolare Milena Mineo (nella foto): «Mil sta avvicinando il suo pubblico di riferimento con attività di comunicazione all'avanguardia, per creare nuove forme di dialogo, che permettano di fare tesoro delle nuove opportunità offerte dalla rete e garantire servizi concreti e vantaggiosi ai propri clienti.

I nuovi strumenti di comunicazione, immediati e non mediati, accorciano le distanze e trasformano lo strumento in target. Internet diventa un must, per essere visibili e “conosciuti” dalla crescente community di utenti: essere accessibili sulla rete significa essere virtualmente sempre presenti.

In quest'ottica, Mil sta sviluppando un vero e proprio “ecosistema digitale” al servizio dei propri clienti: un sito-vetrina di carattere istituzionale [www.m-i-l.it](http://www.m-i-l.it) in linea con i più

L'home page del sito  
[www.m-i-l.it](http://www.m-i-l.it)



classici “spazi” virtuali di informazione sull'azienda, dove vengono

evidenziate le caratteristiche peculiari dell'agenzia, i suoi punti di forza (il success fee e l'etica di lavoro), le modalità di approccio con il cliente e le foto dei più importanti progetti realizzati».

Più strutturato nei contenuti e con l'obiettivo di offrire servizi concreti, capaci di far percepire la qualità e l'unicità di Mil, sarà il sito m-i-l.net, che prevede pagine con news, link ai siti del network di Mil, immagini, video e informazioni utili sui viaggi (con indicazioni cartografiche delle mete), da poter visionare e condividere.

In una sezione riservata del portale, i clienti Mil potranno trovare un'area operativa dedicata a ogni singolo progetto (viaggio, evento, convention) e contenente tutti i documenti a esso relativi. «Questo è il vero plus di Mil.net», continua Milena Mineo, «offrire servizi operativi ai clienti per accelerare i loro processi interni di controllo e successivamente diventare uno strumento di consultazione e condivisione sempre più utile per avere nuove idee e nuovi spunti».

Nel moderno stato di "democrazia digitale" la parola d'ordine è condividere: opinioni, notizie, foto e video... Ecco perché nasce MILcast, il podcast di Mil, che raccoglierà le interviste al management dell'agenzia, con contributi di visione sul mercato e sulle sue nuove tendenze, interviste ai manager delle aziende clienti, i migliori testimonial della qualità del servizio offerto, e interventi di esperti del settore, che offriranno il loro punto di vista su temi specifici, interessanti per il pubblico degli internauti. «Con questo innovativo strumento di condivisione vogliamo sviluppare forme di dialogo inesplorate nel nostro settore, sia con i clienti esistenti che con i futuri», continua Milena, «il podcast ha un duplice



vantaggio: accreditare e valorizzare i nostri clienti presso un pubblico diverso di interlocutori, presidiando un canale internet importante, e anticipare le nuove tendenze, attraverso competenti testimonianze».

Second Life, luogo virtuale che ha superato gli 8 milioni di "residenti", sta riscuotendo l'interesse dei "big brand" e della stampa, a tutti i livelli, e rientra pienamente nei progetti digitali di MIL, sempre attenta all'innovazione.

Terreno di sperimentazione per eccellenza, Second Life offre l'opportunità di esplorare nuove modalità di comunicazione e di interazione. «L'obiettivo di presidiare Second Life è molteplice», precisa Milena Mineo, «da una lato favorire incontri e comunicazioni tra noi e l'esterno e dall'altro aprire nuovi canali di vendita verso il pubblico. Su Second Life, possiamo testare idee di marketing per le nostre aziende, verificare la loro efficacia e, nel caso, migrarle nell'economia reale, oppure modificarle senza investire budget reali».

Con questo nuovo progetto, Mil, con i suoi spazi e i suoi avatar darà la possibilità alle proprie aziende/clienti di cavalcare l'onda di un vero e proprio fenomeno di marketing, che si sta dimostrando una reale strategia di comunicazione all'avanguardia.

L'ecosistema digitale MIL è quindi uno strumento efficace, pienamente integrato con i processi tradizionali, per fornire servizi qualificanti e concretamente utili alle aziende clienti. **A cura dell'ufficio stampa Mil**

**il logo di Mil: la cocchi-  
nella è il simbolo che  
rappresenta l'azienda  
nel mondo virtuale**