

Il marketing: un motore che fa crescere l'azienda diffondendo cultura. Il caso di Flash Battery

Da **Elena Zanardo** - 25 Marzo 2024



Indice dei contenuti



1. Partiamo dalle basi: qual è il ruolo del comparto marketing di Flash Battery? Quali sono state le prime attività di cui ti sei occupata?
2. Com'è strutturato il tuo comparto? Di cosa vi occupate oggi, dopo esservi posizionati nel mercato di riferimento, con un'immagine ben definita?
3. Operate in un settore, quello dell'elettrico, collegato a temi con molto "hype" in questa epoca storica, temi come il green, la sostenibilità, la transizione energetica... questo agevola il vostro lavoro o lo complica?
4. Le vostre attività si rivolgono sia al mercato nazionale che internazionale. Utilizzate lo stesso messaggio? O avete un approccio diverso verso i paesi esteri?
5. Le fiere internazionali sono il luogo per eccellenza in cui incontrare e comunicare. Dove vi vedremo quest'anno?
6. Fare marketing è anche sognare il futuro al quale sta lavorando l'Azienda e raccontarlo con narrazioni che sappiano coinvolgere e convincere. Come ti immagini il futuro in Flash Battery?

Nel 2023 il **fatturato di Flash Battery è cresciuto del 54%**, raggiungendo i **34 milioni di euro**: 25,7 milioni di euro in Italia (+54%), 8,6 milioni negli oltre 50 Paesi di esportazione (+46%). I dati confermano la sua posizione: leader europea nella produzione di batterie al litio per macchine industriali e veicoli elettrici, ma anche giovane azienda in piena crescita, florida e innovativa anche in termini di gestione.

In **Flash Battery** infatti non cresce solo il volume d'affari, crescono anche altri fondamentali indicatori di sviluppo come l'**occupazione** e gli **investimenti sulla struttura**.

Il numero di dipendenti ha raggiunto, a fine 2023, le 108 unità, con un aumento del 36,7%. Nei primi 2 mesi del 2024 è cresciuto ancora, siamo a **115 collaboratori**. L'età media dei dipendenti si mantiene sotto i 35 anni; per loro nel 2023 sono state erogate oltre 4.000 ore di aggiornamento e formazione.

Per supportare e intensificare la crescita, è in atto anche un **piano di investimenti da 7 milioni di euro** che coinvolge sia la sede che la linea produttiva.

L'ampliamento della sede (inaugurata appena due anni e mezzo fa) ha come scopo il potenziamento della capacità di stoccaggio e produzione. Flash Battery sarà così più autonoma nell'assemblaggio dei moduli al litio delle batterie, in modo da essere più **indipendente** dalle dinamiche che coinvolgono i mercati e i fornitori esteri.

Gli investimenti continueranno ad interessare anche l'area **ricerca, sviluppo e innovazione**, perno sul quale ruota l'affidabilità, la competitività e la sostenibilità del prodotto.

Insomma la crescita c'è, è innegabile. E non è casuale, anzi. È l'esito di un percorso che ha, tra gli **obiettivi**, anche quello di arrivare ad **essere, nel 2025, tra i top player sul mercato europeo**. L'incidenza del fatturato estero, che nel 2023 è passato dal 21% al 25% del totale, sarà quindi sempre più importante. Per questo nei prossimi anni gli investimenti di Flash Battery proseguiranno nel [processo di internazionalizzazione](#).

Gli obiettivi si raggiungono le con sinergie: Flash Battery ha un **prodotto** competitivo, efficiente, affidabile, in grado di rispondere alle esigenze dei mercati, anticipandole; ha una **forza commerciale** presente e radicata sul territorio. Ma non solo.

A questo si aggiunge una **strategia di marketing e comunicazione** in grado di raccontare l'Azienda, i suoi valori e il prodotto. Un canale forte e autorevole, motore che traina la presenza di Flash Battery in Italia e all'estero.

Abbiamo chiesto a **Giulia Gibertini, Marketing & Communication Manager di Flash Battery**, di raccontarci il ruolo del suo comparto in questa crescita, le sfide e le strategie che vengono attuate per parlare e interagire con operatori e stakeholder di tutta Europa.

Partiamo dalle basi: qual è il ruolo del comparto marketing di Flash Battery? Quali sono state le

prime attività di cui ti sei occupata?

Il **reparto marketing e comunicazione** di Flash Battery è da sempre strettamente legato al **reparto Commerciale**, con cui lavoriamo in sinergia. Insieme, abbiamo un ruolo strategico nel far emergere il nostro brand e il nostro prodotto sul mercato nazionale e internazionale, dargli visibilità, creare brand awareness e favorire occasioni di dialogo e incontro con potenziali prospect.

IL POSIZIONAMENTO SUL MERCATO

Fin da subito abbiamo lavorato per **intercettare i bisogno del mercato** e rispondere a queste necessità, **posizionandoci come produttori di batterie al litio per veicoli elettrici e macchine industriali**, offrendo **soluzioni customizzate**.

LA CREAZIONE DI UN'IMMAGINE AZIENDALE

Dalle nostre analisi, nel 2017, è emersa la necessità di creare un brand (oggi conosciuto agli addetti del settore come Flash Battery), che potesse posizionarci al meglio nel nostro mercato di riferimento.

Fino a quel momento eravamo conosciuti come Kaitek, un nome legato più all'attività di produzione elettronica, del BMS nello specifico. Ma era giunta l'ora di trovare un nome che ci identificasse **come produttori del pacco batteria completo**.



Abbiamo quindi realizzato uno **studio etimologico** per individuare le *parole giuste* da usare per evidenziare i nostri punti di forza: la **produzione di batterie** e la **velocità di ricarica**. Da qui è nato il nome **FLASH BATTERY**.

Anche la scelta del colore **rosso** non è casuale o semplicemente estetica. Volevamo che il nostro logo trasmettesse il concetto di energia e non potevamo che scegliere il rosso, l'emblema dell'energia vitale, del movimento e della carica.

Oggi, con il brand Flash Battery, abbiamo erogato più di 350MWh in diverse applicazioni tra macchine industriali e veicoli elettrici, realizzato più di 650 diversi modelli e prodotto oltre 20.000 batterie installate in 54 paesi nel mondo.

Com'è strutturato il tuo comparto? Di cosa vi occupate oggi, dopo esservi posizionati nel mercato di riferimento, con un'immagine ben definita?

Il team marketing in Flash Battery è un **team di donne brillanti, creative e appassionate**, che si destreggiano con abilità tra progetti, piani editoriali, organizzazione di eventi e varie ed eventuali sfide giornaliere (e in un settore in evoluzione come il nostro, di sfide last minute ce ne sono tante!!).

Siamo efficienti perché siamo **coese** e **lavoriamo in squadra**. Ogni progetto che portiamo a termine è frutto di collaborazione e scambio di idee e punti di vista.

Siamo tre donne, con tre diverse personalità e competenze, ma direi perfettamente complementari. Ci motiviamo e ci sproniamo a raggiungere i nostri obiettivi con determinazione, tra tisane rilassanti per calmare i momenti di stress, riunioni e call di confronto e pianificazione, corse frenetiche per realizzare l'evento *perfetto*. Un lavoro impegnativo, come tutti del resto, ma divertente, stimolante ed energico, dalle mille sfaccettature.

Quando sono entrata in Flash Battery, eravamo ancora una start-up avviata da pochi anni e c'era l'esigenza di strutturare e sviluppare una **strategia d'azione** che ci permettesse di **ampliare la percezione del nostro brand sul mercato**.

Le parole d'ordine sono sempre state: **scrivere, comunicare, essere presenti** dove ci sono i nostri potenziali clienti, allo scopo di fare emergere su **più canali possibili** i principali punti di forza della nostra **tecnologia proprietaria**, uno degli aspetti che più ci differenzia dalla concorrenza e che rende le nostre batterie al litio uniche.

Oggi quindi portiamo avanti attività di **collaborazione con la stampa**, selezioniamo **fiere di settore ed eventi** a tema elettrificazione e organizziamo le partecipazioni, curiamo un **sito web** in quattro lingue su cui abbiamo attivato diverse strategie di lead generation.

I risultati si vedono e oggi sono fiera di dire che Flash Battery si è ritagliata un nome di tutto rispetto nel panorama europeo dell'elettrificazione industriale.



L'Azienda è giovane ed ha avuto una crescita esponenziale in questi anni. Come è cambiato il vostro modo di comunicare?

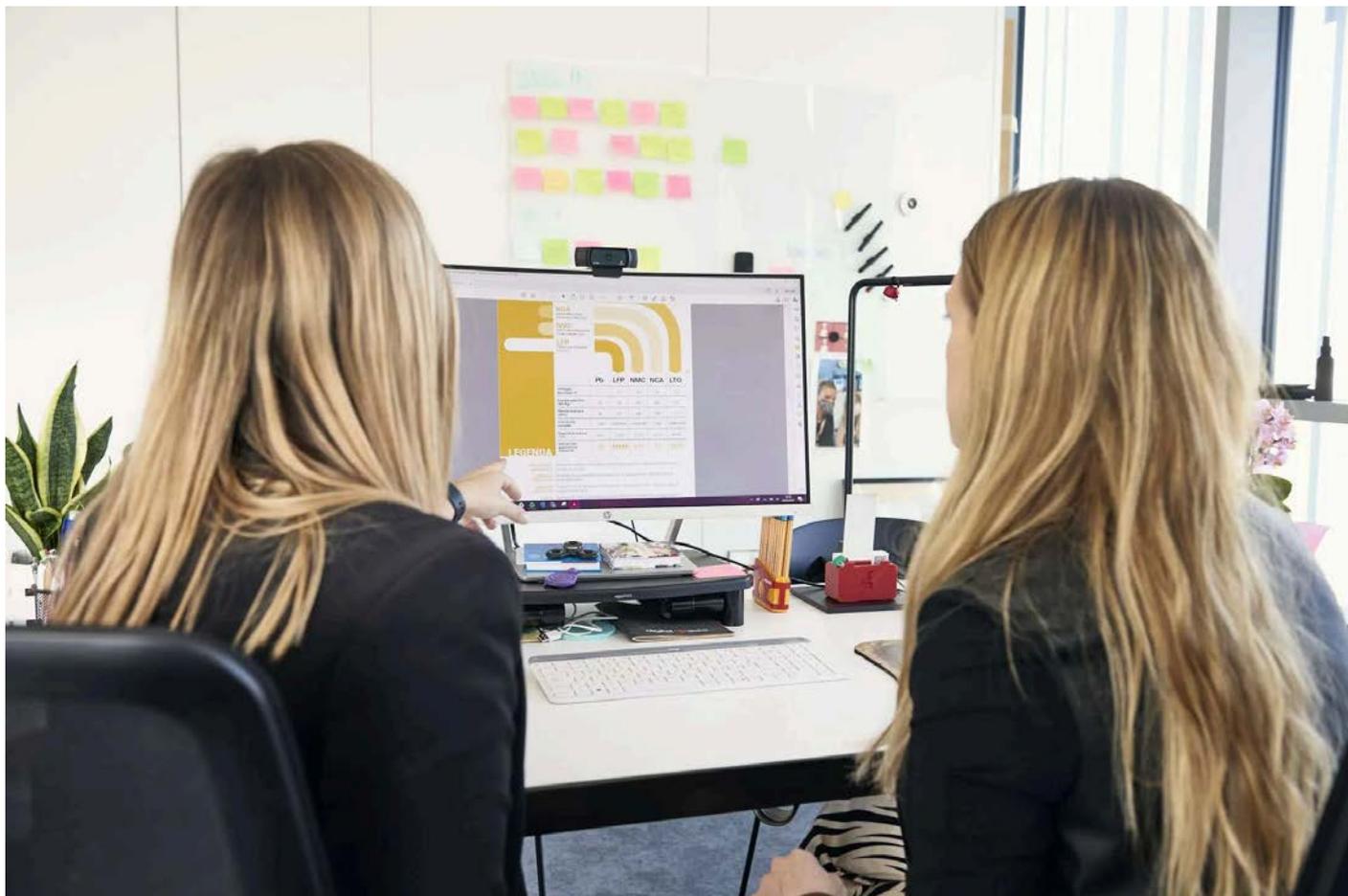
Non potevi scegliere parola più giusta! Siamo cresciuti davvero in una maniera **esponenziale!** Una crescita anche interna, del numero di collaboratori: oggi siamo 115 e la crescita non si ferma. Questa evoluzione ha fatto emergere una nuova necessità: **comunicare anche all'interno**, oltre che all'esterno, per coinvolgere tutte le persone che hanno scelto questa nuova famiglia, perché Flash Battery è molto più di una semplice azienda.

L'obiettivo della nostra comunicazione interna è, in primis, quello di **rendere partecipe ogni area dell'azienda** degli step commerciali, strategici ed operativi, facendo leva sull'importanza della condivisione e della partecipazione. L'Azienda ha cura delle persone e del benessere dei collaboratori ed è proprio il nostro comparto a rendere tangibile questa attenzione, organizzando eventi di **team building** volti al coinvolgimento delle persone che lavorano qui e delle loro famiglie, **iniziative ludiche** che rendano il posto di lavoro divertente, o ancora **iniziative di salute e prevenzione**.

Per quanto riguarda la comunicazione esterna, è cambiata seguendo le rapide trasformazioni del mondo della comunicazione, potenziando **l'online e l'omnicanalità**.

Abbiamo la fortuna di svolgere, ogni giorno, un lavoro dinamico e stimolante, ma per farlo è sicuramente necessario essere preparate. Flash Battery ha un respiro più internazionale e, come

tale, uno degli **obiettivi della comunicazione** è raggiungere sempre più **OEM del settore industriale** con alti bisogni di personalizzazione e medi volumi produttivi.



Operate in un settore, quello dell'elettrico, collegato a temi con molto "hype" in questa epoca storica, temi come il green, la sostenibilità, la transizione energetica... questo agevola il vostro lavoro o lo complica?

Green, sostenibilità, impatto zero...oggi giorno chi non ne parla? Questa sovraesposizione non ci agevola nella comunicazione. Essendo temi di cui tutti parlano, si diffondono **stereotipi e i falsi miti** con cui dobbiamo fare i conti, **false credenze e timori** che si generano sul mondo della mobilità elettrica, spesso accusata di non essere poi così sostenibile.

La nostra fortuna è avere un prodotto che rappresenta un elemento chiave per la tanto discussa *transizione energetica*, un prodotto forte, vincente ed efficiente, che ci permette di comunicarlo in modo efficace e trasparente, cogliendo l'onda di questo hype e sfruttandola per parlare della presenza delle nostre **batterie al litio** in sempre più segmenti industriali che scelgono la strada dell'elettrico.

Il nostro prodotto ci consente anche di parlare di tutti questi temi con **occhio critico e competente**, perché, in qualità di produttori, ci sentiamo di avere una **responsabilità educativa** molto alta nei confronti della comunità.

Abbiamo anche dato vita ad un appuntamento settimanale per parlare delle ultime notizie sul tema batterie, elettrificazione ed energia. Ogni lunedì, alle 18.00, va in onda in diretta LinkedIn e YouTube la nostra **rubrica d'informazione Battery Weekly**. Con oltre 4 stagioni all'attivo, è diventato un punto di riferimento per tutti gli appassionati del settore e si propone di **diffondere la cultura del litio e dell'elettrificazione**, in modo che non sia più solo una prerogativa degli addetti ai lavori, ma che coinvolga l'opinione pubblica nel suo insieme.

BATTERY WEEKLY
2024

TUTTI I LUNEDÌ
ALLE 18:00

LIVE ON in YouTube f

FLASH BATTERY **eV-Now!**

Marco Righi Founder & CEO Flash Battery	Alan Pastorelli Co-Founder & CTO Flash Battery	Daniele Invernizzi President eV-Now! Founder Tesla Owners Italia
--	---	---

Le vostre attività si rivolgono sia al mercato nazionale che internazionale. Utilizzate lo stesso messaggio? O avete un approccio diverso verso i paesi esteri?

I mercati che ci interessano di più sono principalmente quelli Europei e, come ben sai, ognuno ha sue dinamiche e un suo approccio.

Il messaggio che comunichiamo però è il medesimo, cambiano i canali di comunicazione. Sul mercato estero lavoriamo a stretto contatto con i nostri partner e dealer sul territorio, pianificando **attività di comunicazione congiunte** e mirate per i rispettivi mercati.

Ad oggi lavoriamo principalmente con la **Germania, il Benelux, la Spagna, la Repubblica Ceca e la Francia**, realizzando per questi paesi **attività di comunicazione divulgative** che hanno

l'obiettivo di **spiegare i vantaggi della tecnologia al litio Flash Battery** a tutti quegli **OEM e produttori** interessati a **convertire i propri mezzi dall'endotermico all'elettrico o dal piombo al litio**.

In particolare ci focalizziamo su:

- elevata capacità di customizzazione delle batterie sulla base dei requisiti specifici di ogni applicazione
- sicurezza conferita dalla scelta di utilizzare la [chimica LFP](#)
- il BMS brevettato, il [Flash Balancing System](#)
- il nostro sistema di controllo remoto automatico, il [Flash Data Center](#), che permette di effettuare autodiagnostica e manutenzione predittiva delle batterie.



Le fiere internazionali sono il luogo per eccellenza in cui incontrare e comunicare. Dove vi vedremo quest'anno?

Il 26 e 27 giugno, per il secondo anno consecutivo, saremo ad [IVT Expo](#), la fiera internazionale dei fornitori di componenti, materiali e tecnologie di prossima generazione per i veicoli industriali, che si terrà nel quartiere fieristico di **Colonia, in Germania**. Sarà un'importante occasione strategica per incrementare le relazioni e il networking, consolidare partnership con importanti system integrators e portare la tecnologia delle nostre batterie al litio per il settore industriale ad un livello sempre più internazionale.

Occasioni di dialogo e confronto non mancheranno anche all'interno dei diversi eventi di settore in cui, spesso, veniamo chiamati come relatori. Il prossimo **18 aprile**, ad esempio, il nostro fondatore

& CEO Marco Righi racconterà l'esperienza industriale di Flash Battery agli imprenditori **dell'Unione industriale biellese**.

Di recente inoltre abbiamo tenuto il welcome speech di apertura della **Battery Convention di IPCEI**, l'importante evento che per la prima volta ha riunito alla fondazione MAST di Bologna tutti i partecipanti dei due progetti di comune interesse europeo IPCEI, con l'obiettivo di promuovere la collaborazione tra imprese e creare una **catena del valore europea delle batterie al litio**, che possa rendere la UE più competitiva su questo fronte.

Fare marketing è anche sognare il futuro al quale sta lavorando l'Azienda e raccontarlo con narrazioni che sappiano coinvolgere e convincere. Come ti immagini il futuro in Flash Battery?

La Flash Battery del futuro la penso sempre più **internazionale, ambiziosa e tecnologicamente ancora più evoluta**, ma **pervasa dalla stessa passione del primo giorno**, quella che ha permesso ai nostri due soci fondatori di farsi strada con tenacia nel mondo dell'elettrificazione.

Immagino un **team sempre più numeroso, coeso, propositivo e con competenze varie e trasversali**, che possano arricchire ulteriormente il nostro quotidiano, per proporre sul mercato **un'innovazione aperta e diversificata, pensata su misura, proprio come le nostre batterie**.

La Flash Battery del futuro la immagino anche una realtà in continuo fermento, dove il **confronto** e la **collaborazione** con realtà internazionali sempre più grandi ci darà accesso a nuovi stimoli e ad una brand awareness accresciuta su diversi mercati esteri.

Sono fortunata, perché ho scelto di fare un lavoro che amo e sono certa che sia lo stesso anche per le mie collaboratrici, motivo per cui ci viene facile **sognare in grande**.

Mi auguro di poter continuare e scrivere di Flash Battery con lo stesso orgoglio con cui lo faccio ora, organizzando e coordinando progetti sempre più stimolanti e di grande valore.

Elena Zanardo

La cosa che più le piace di questo mestiere è poter dare risalto a storie belle e utili, che possano essere di ispirazione per chi le legge.

f in ✉