

DAILYONLINELOGIN

username

••••••



Vuoi accedere ai contenuti speciali?

Registrali!

[Abbonamenti](#)
[Prodotti](#)
[Contattaci](#)
[Chi sia](#)

DailyOnline

DailyNet
QuotidianoDailyMedia
QuotidianoDailyNext
SpecialeMediaforum
SettimanaleNetforum
Mensile**DailySearch**


 almeno
una parola

 tutte
le parole

- [Home Page](#)
- [Archivio](#)
- [Agenda](#)
- [Rassegna stampa estero](#)
- [Database Aziende](#)
- [Ultime notizie](#)
- [Dailylive](#)
- [Link utili](#)
- [Data center](#)
- [Ricerche di mercato](#)

● **VOLKSWAGEN****Con Microsoft Adv per la nuova Scirocco**

Adv di 5 mesi profilata e caratterizzata da un mix di mezzi complementari...

● **TECNOLOGIA****Governo, è lotta al digital divide**

Paolo Romani annuncia un investimento di 1,5 mlrd per risolvere il problema...

● **STAMPA****Su Ciclismo tutto sul Giro del Centenario**

Nel fascicolo di giugno dedicato ampio spazio alla Corsa rosa, ma non solo...

● **SWAN GROUP****Sceglie la struttura per la raccolta moda**

Si tratta di Milano Fashion Media, cui va la gestione di quattro testate...

**AL TUO PRODOTTO
INNOVATIVO**

VINCERE
LA POVERTA'.
INSIEME.
act:onaid

**MediaForum - 09/06/2009****MEDIAFORUM/ANTICIPAZIONI****Lm Marketing Group, partner a 360 gradi****Offre alle aziende un range completo di servizi per la comunicazione, grazie a una rete di collaborazioni eccellenti**

Due sedi - Milano e Parigi - e una concezione innovativa: una duplice identità che le consente di essere agile quanto basta per modellarsi con rapidità e puntualità alle esigenze di ogni tipologia di cliente con in più l'efficacia garantita dall'eccellenza di ogni sua componente. LM Consulting e LM Marketing Group, attive dallo scorso febbraio, sono le due facce di una stessa medaglia: una struttura in grado di offrire alle aziende un range completo di servizi di

marketing, dalla consulenza strategica alla realizzazione di un piano di comunicazione che va dalla creatività al crm, agli eventi, alle ricerche di marketing, allo sponsoring e al media. «In un panorama in cui i touching point tra i brand e i consumatori si moltiplicano e in cui il marketing evolve in un insieme sempre più vasto di attività mirate e precise - dice il fondatore e ceo del network, Laurent Malek - la nostra struttura si pone verso i propri clienti come "brand partner" in grado di offrire servizi di marketing di qualità, che vanno dalla consulenza strategica a 360 gradi fino all'implementazione di un servizio "chiavi in mano"». Quarantasei anni, parigino di nascita, Malek approda a questa nuova avventura professionale dopo una carriera trentennale nel marketing di alcune tra le maggiori multinazionali, dove ricopre ruoli senior. Prima in Philip Morris, a New York e a Losanna, dove, come area marketing manager, contribuisce al grande sviluppo del licensing di Marlboro Classics. Poi in Walt Disney (dal 1996), dove come marketing director è protagonista del lancio di Disney Channel France, che porta al successo in termini di abbonati e ascolti. Risultati che gli consentono di essere nominato prima vice president marketing per tutte le attività francofone di Walt Disney Company e poi, nel ruolo di managing director, di occuparsi del lancio di varie start up di Disney in Italia: dai canali digitali Disney Channel, Disney Channel+1, Toon and Playhouse Disney alle produzioni a marchio Disney sulla free tv. Infine, nel 2005 Malek approda a Digital Bros Group, dove ricopre la carica di chief marketing officer, arricchendo il suo know how con competenze nell'ambito del web e del gaming. Un bagaglio importante di esperienze eterogenee che ora Malek mette a servizio delle imprese, agendo su due livelli: «Su un piano - illustra il ceo del network - attraverso LM Consulting offriamo una consulenza strategica o una gestione in outsourcing delle funzioni di comunicazione ad aziende che non dispongano di una struttura di marketing interna, sull'altro procediamo all'implementazione della stessa attraverso la rete di partner che compongono l'LM Marketing Group». La struttura varata da Malek si configura quindi come una rete di agenzie altamente specializzate attivabili a seconda delle esigenze del singolo cliente, selezionate dal manager nel corso della sua carriera in base alla professionalità e alla posizione di leadership sul mercato. A LM Marketing Group (www.lmmarketinggroup.com) fanno capo Ink Graphics Communication per la creatività, Crf per le promozioni, Trad' Online per i servizi di localizzazione, Newton lab per gli eventi, Alphabet per le ricerche di mercato, Rtr Sports Marketing per il marketing sportivo, Chiara Regina Consulting per le relazioni con i media, Ecrm per il customer relationship marketing. «In una situazione come quella attuale, caratterizzata dalla necessità espressa dalle aziende di ottimizzare l'investimento in comunicazione, LM Marketing Group si presenta come una "boutique" che offre un servizio a 360 gradi altamente professionale e qualitativo tagliato sulle reali necessità del committente, senza il "peso" e i costi fissi che avrebbe una agenzia tradizionale», assicura il ceo. La possibilità di impostare la partnership con LM Marketing Group su logiche di revenue sharing completa il quadro: «Mai come oggi - chiosa Laurent Malek - è l'unione che fa la forza».

Simone Freddi



PRESENTANO

LO SCENARIO INTERNAZIONALE DELLA PUBBLICITÀ

MILANO 11 GIUGNO 2009 ORE
UNIVERSITÀ CATTOLICA DEL SACR

A CURA DI
nielsen

ISCRIVITI
QUI

DALL'ESTERO

Advertising Age - Latest News
Turning Celebrity Athletes Into Bloggers

Advertising Age - Latest News
Former Leo Burnett President Len Matthews Dies at 87

Advertising Age - Digital
Want to 'Tweet'? Do It From an Ad Unit Nearby

Powered By
mySyndicaat

abb
D
M



www.pia

