

Inside affianca KPMG nelle strategie di sviluppo dell'Inbound Marketing



KPMG è leader a livello globale nei servizi consulenziali alle imprese. Sono i numeri a parlare per questo colosso, presente in 147 paesi del mondo con ben 219 mila professionisti. Una presenza consolidata che KPMG ha raggiunto con l'obiettivo prioritario di trasformare la conoscenza in valore per i suoi clienti, per le comunità e per i mercati finanziari attraverso una vasta gamma di servizi multidisciplinari di Audit, Advisory e Tax & Legal erogati secondo standard d'eccellenza omogenei su scala globale.

KPMG è presente in Italia da 60 anni. In questi decenni ha accompagnato i processi di crescita delle imprese e del mercato e oggi vanta oltre 4.000 professionisti, 26 sedi sul territorio nazionale, 6.000 clienti e un portafoglio completo di servizi che risponde alle necessità del mercato nazionale e internazionale.

Inside, a partire dal proprio CEO Luca Targa, è orgogliosa di essere stata scelta da una realtà così rilevante a livello mondiale per occuparsi di aspetti sempre più strategici in un'ottica di web e digital marketing.

L'agenzia, associata UNA e costituita da ben 33 professionisti tra menti creative e specialist, ha provveduto come prima fase a fornire, attraverso la propria divisione Inside Lab, a partner e manager individuati dal Network italiano di KPMG la propria formazione professionale sull'utilizzo delle piattaforme social per il business.

La collaborazione è stata rinnovata con la realizzazione di un nuovo progetto: Inside metterà a disposizione del Network italiano di KPMG tutta la propria esperienza nell'Inbound Marketing affiancando il cliente e facendo in modo che i manager possano gestire presto e in completa autonomia le più efficaci metodologie di lead generation.