

Inside guidata dal CEO Luca Targa scelta da MC Elettronica



L'identikit di MC Elettronica è tratteggiabile attraverso alcune caratteristiche che rendono unica quest'azienda con radici venete: 30 anni di esperienza nella meccanizzazione agricola, vasta gamma di apparecchiature digitali, alto grado di personalizzazione, costante innovazione di sistemi elettronici modulari per l'agricoltura di precisione.

L'azienda, forte di una storia fatta di successi iniziata negli anni '80, oggi esporta i propri prodotti dentro e fuori dall'Europa.

Inside Comunicazione, l'agenzia associata UNA, con 35 anni di esperienza diventata il punto di riferimento nazionale nel marketing B2B, è stata scelta da MC Elettronica per ideare una strategia di comunicazione con un obiettivo non facile: comunicare attraverso canali online l'innovazione nel settore dell'agricoltura di precisione a diverse tipologie di clienti garantendo il risultato del proprio lavoro.

Grazie al lavoro sinergico di 33 specialist e creativi, l'agenzia è in grado di occuparsi di progetti impegnativi e che prevedono l'interazione tra diversi canali della comunicazione digitale, proprio come quello proposto dall'azienda veneta.

Inside comunicazione per MC Elettronica si occuperà come primo step di realizzare:

- Nuovo sito web in italiano, inglese e russo
- Attività SEO on page nelle tre lingue

- Predisposizione per operazioni di Inbound Marketing

Gli interventi di ottimizzazione sono finalizzati a posizionare il sito aziendale e a generare brand awareness attraverso il presidio di tutte le ricerche effettuate dagli utenti inerenti al business core aziendale, mentre la nuova interfaccia grafica è utile a creare un'eccellente user experience.

Ogni particolare della piattaforma web di MC Elettronica è stato studiato per "parlare" alle buyer personas di riferimento e, quindi, per profilare in modo efficace gli utenti e ottenere maggiori opportunità commerciali.

La sfida raccolta e vinta da Inside e dal suo Amministratore Unico e responsabile strategico Luca Targa è stata quella di mettere a punto una strategia adatta alla complessa offerta dell'azienda, costituita da componentistica digitale, personalizzata e innovativa per l'agricoltura di precisione, che si rivolge a costruttori di macchine, proprietari terrieri ed imprenditori agricoli.

In sostanza, non si tratta solo del semplice rifacimento di un sito in diverse lingue, ma della creazione di uno strumento in grado di rafforzare i rapporti con la clientela già in essere e di intercettare interessi e bisogni dei potenziali clienti italiani ed esteri.