

## Inside scelta dal colosso internazionale DKC



Il Gruppo DKC è un'affermata realtà nella progettazione, produzione, commercializzazione di sistemi porta cavi e nelle soluzioni per la protezione, trasmissione, storage e controllo di energia. Già operante in Italia nel settore delle telecomunicazioni, nel 1998 apre, in Russia, il primo stabilimento per la produzione e distribuzione del tubo corrugato. Dal 2007 il desiderio di crescita insieme al cambiamento del mercato hanno portato il Gruppo DKC ad acquisire solide ed importanti aziende in Italia arrivando oggi a essere una considerevole realtà a livello internazionale.

“Certamente non è stato tutto facile” sottolinea Sandro Bergamo, Amministratore Delegato del Gruppo DKC “un duro lavoro di integrazione fra culture aziendali diverse per realizzare sinergie rilevanti”.

Questo processo di internazionalizzazione, al contrario, è motivo di orgoglio per DKC che nel 2019 ha ottenuto i seguenti risultati:

- 16 sedi in 8 Nazioni
- 36 stabilimenti nel mondo

- 3700 dipendenti
- 86000 metri quadrati di area magazzino
- 165000 metri quadrati di stabilimenti produttivi
- 402 milioni di euro di fatturato
- Oltre 60 milioni di euro di investimenti negli ultimi 3 anni

Il successo del gruppo deriva dal lavoro in team, dallo sviluppo di soluzioni tecnologicamente innovative, da una logistica efficiente, da processi aziendali monitorati con grande attenzione, dall'ascolto delle esigenze del cliente e da un servizio di assistenza efficace.

DKC Europe è il cuore italiano del gruppo e sta portando avanti un intenso lavoro di rafforzamento del brand e della propria immagine coordinata, ora grazie anche al contributo di Inside.

Il progetto per cui è stata contattata l'agenzia guidata dal CEO e Amministratore Unico Luca Targa, associata UNA, riguarda il desiderio di DKC di sviluppare ulteriormente il brand e di lanciare una nuova Business Unit attraverso un'oculata attività di storytelling veicolata sia sui canali digitali sia su quelli analogici. Inside ha recepito questa necessità e ha definito tutti gli step utili a ottenere gli obiettivi presentati dal cliente.

Il lavoro di Inside, per la nuova Business Unit, è iniziato da un'analisi strategica che porterà successivamente allo sviluppo di contenuti creativi a supporto della forza vendita e dei clienti. Le attività che sono state pianificate come primo step di lavoro sono:

- Analisi del posizionamento del brand
- Piano di comunicazione
- Concept creativo, naming, logo, payoff
- Creazione di materiali grafici
- ADV su canali digitali
- Realizzazione di contenuti video evocativi ed emozionali
- Realizzazione sito

La strategia di comunicazione ideata per questo importante gruppo prevede l'intervento di diversi specialisti facenti parte del vasto organico di Inside, formato da 35 professionisti, i quali si occuperanno di specifici compiti nella fase operativa.

La lunga esperienza nel marketing B2B (oltre 35 anni) dell'agenzia di Luca Targa è sicuramente uno dei fattori che più fa apprezzare questa realtà imprenditoriale che fornisce servizi di comunicazione a 360°, ma risulta molto vantaggioso per grandi gruppi internazionali come DKC e anche per le PMI il fatto di poter avere un unico interlocutore quando occorre un piano strategico molto articolato che coinvolge media e strumenti dentro e fuori dal web.

