



► trario spariranno. Inside è un mix che spazia tra ottimismo, competenza e innovazione».

Cosa si intende per innovazione?

«Il valore di un prodotto innovativo può durare due o tre mesi, può darti un gap di vantaggio rispetto a una concorrenza che non ci è ancora arrivata, ma poi? La vera innovazione è avere una visione, un programma, un progetto che oggi non può fare a meno di poggiare su basi digital. In giro ci sono aziende considerate di prima fascia che non possiedono software gestionali in rete, che, in pieno lockdown, sono rimaste bloccate perché impossibilitate ad attuare lo smartworking. Ci sono dei settori dell'amministrazione pubblica che la scorsa primavera non hanno potuto adempiere al loro ruolo per carenze tecnologiche. Stiamo parlando di eccellenze, presunte».

Come facciamo a essere ottimisti se tutto intorno le cose sembrano non funzionare?

«Perché c'è molto terreno fertile da coltivare, formare»

Quali sono i punti cardine per un'impresa che voglia lavorare ed essere felice?

«Lavoriamo per vendere qualcosa, allora curiamo prima di tutto i contatti, ottimizziamo lo scenario e di conseguenza il nostro operato. Investiamo, poi, sempre più sul capitale umano, proviamo anche ad appiattire in questo modo il concetto abusato di imprenditoria che prova a imbrogliare il lavoratore e il lavoratore stesso descritto come un fannullone. È un ingranaggio che va avanti solo se le parti lavorano in accordo, l'imprenditore che rischia e offre una possibilità, il lavoratore che la sfrutta. E poi, la tecnologia, occorre sposare in toto l'innovazione digitale. Solo così si potrà essere felici di fare quello che ci piace».

Agenzie Inside, il 2021 inizia nel segno della crescita a doppia cifra



A livello globale il 2020 è stato un anno complicato, sia dal punto di vista della salute pubblica che - conseguentemente - da quello economico-finanziario, con un 2021 che inizia tra paure e preoccupazioni, soprattutto in merito agli aiuti pubblici legati al Recovery Fund. Eppure, anche all'interno di questo panorama, ci sono aziende che si distinguono per quelli che sembrano dei veri e propri anticorpi alla crisi. Parliamo di realtà che, oltre a resistere, hanno saputo incrementare la loro presenza sul mercato. Tra gli elementi comuni a queste aziende sussistono fattori chiave quali visione, formazione, digitalizzazione, innovazione tecnologica e progettualità. È il caso di Inside, leader nel panorama nazionale della comunicazione integrata come società indipendente, che ha saputo cogliere per tempo questi aspetti, chiudendo un 2020 con un ragguardevole +22%. Un risultato di per sé straordinario se rapportato allo scenario pandemico in atto ormai dallo scorso marzo, tenendo, inoltre, in considerazione che il 2019, per l'agenzia associata UNA, era stato un anno positivo e di ulteriore crescita rispetto al precedente.

INNESTI CHE INNALZANO LA QUALITÀ

Ma Inside, guidata dal Ceo e Responsabile Strategico Luca Targa, non ha certo intenzione di fermarsi qui: crescono gli investimenti, tecnologici e strutturali, prosegue il coinvolgimento di professionisti specializzati e, di conseguenza, arrivano nuovi progetti qualificati da aziende che si inquadrano come big player all'interno dei vari settori merceologici. Nella fattispecie, l'organico dell'agenzia si sta arricchendo con l'inserimento di un nuovo Project Manager senior e di una figura Junior, che si vanno ad aggiungere ai sei attuali, due ulteriori Social Media Manager all'interno del Team Social, un nuovo Creativo, un Sales and Marketing Manager di grande esperienza e, non da ultimo, un Digital Consultant. A corredo di questi innesti, Inside ha già provveduto all'acquisto di tre nuove vetture che andranno a implementare l'attuale flotta aziendale.

Crescono gli investimenti, tecnologici e strutturali, prosegue il coinvolgimento di professionisti specializzati e, di conseguenza, arrivano nuovi progetti qualificati da aziende che si inquadrano come big player all'interno dei vari settori merceologici

chendo con l'inserimento di un nuovo Project Manager senior e di una figura Junior, che si vanno ad aggiungere ai sei attuali, due ulteriori Social Media Manager all'interno del Team Social, un nuovo Creativo, un Sales and Marketing Manager di grande esperienza e, non da ultimo, un Digital Consultant. A corredo di questi innesti, Inside ha già provveduto all'acquisto di tre nuove vetture che andranno a implementare l'attuale flotta aziendale.

PENSO POSITIVO

Gli obiettivi a breve e medio termine? C'è, innanzitutto, la ferma intenzione di proseguire una crescita a doppia cifra, come spiega l'Amministratore Unico Luca Targa: «I risultati raggiunti nel corso dell'ultimo anno ci hanno ripagato dell'impegno che, come agenzia, abbiamo messo in campo nel cercare di supportare i clienti in ogni momento, aiutandoli ad adottare le soluzioni più congeniali per fare business anche in tempi di crisi. Al di là del fatturato ci incoraggia il fatto che le aziende in portfolio hanno rinnovato attività e partnership anche per il 2021 e, al tempo stesso, abbiamo acquisito nuovi clienti per progetti davvero ambiziosi. Investiamo molto in formazione e personale qualificato: aprendo le selezioni per i nuovi inserimenti sono arrivate centinaia di domande. Al di là della valenza estetica dei progetti offline e digitali che realizziamo, contano i riscontri oggettivi. Quello che proponiamo non è solo un bello che piace, ma un bello che vende. Sulla base di questi principi, un fattore che ci distingue dai competitor è rappresentato dal fatto che ogni nostro progetto si basa sulla garanzia del raggiungimento degli obiettivi concordati con il cliente». Un ulteriore accenno Luca Targa lo riserva al suo ultimo libro "Ripartiamo dalla felicità", uscito poco prima delle festività natalizie. «Al di là dell'incoraggiante performance di copie vendute, mi fa davvero piacere ricevere molti feedback positivi di persone che lo hanno letto e che ne hanno apprezzato il contenuto. Proprio in questo momento particolare che stiamo vivendo - ha precisato il Ceo di Inside - credo ci sia bisogno di una visione positiva a livello individuale per uscire nel modo migliore dalla crisi».