

Incarichi Inside scelta per la comunicazione dei marchi Digital Gold Institute e CheckSig

I due brand sono attivi nel campo dei Bitcoin. Per entrambi, l'agenzia ha studiato una strategia che comprende restyling dei loghi, realizzazione dei siti multilingua pensati per desktop e mobile, Seo, Inbound Marketing e formazione social

Due prestigiose realtà che si occupano di Bitcoin e delle tecnologie connesse alla criptovaluta hanno affidato a Inside, l'agenzia guidata dal Ceo Luca Targa, i progetti per la loro comunicazione e, in particolare, quelli che riguardano il mondo online. DGI (Digital Gold Institute) è un centro di ricerca e sviluppo di eccellenza sulla "scarsità nel mondo digitale": Bitcoin, crypto asset e la relativa tecnologia blockchain. Il bitcoin viene considerato come l'equivalente dell'oro digitale e il futuro della moneta e della finanza. La grande forza di questa impresa è il know-how aziendale, che viene utilizzato in programmi di formazione, partnership e nei servizi di consulenza. CheckSig, invece, offre soluzioni di custodia di bitcoin per due target principali: istituti finanziari e persone con un patrimonio netto elevato. Le soluzioni tecniche di deposito garantito,

Frozen Wallet e Cold Wallet, che propongono ai clienti si basano su protocolli molto precisi e sicuri oltre a un'accurata assistenza su misura per i clienti.

STRATEGIA IN CINQUE PUNTI

Il team di creativi e specialisti di Inside, agenzia che vanta 35 professionisti nel proprio organico, si è occupato di sviluppare un piano di marketing focalizzato su: studio e restyling dei loghi DGI e CheckSig; realizzazione dei siti web aziendali in italiano e inglese; Seo on page in inglese per i due siti web; Inbound Marketing per DGI; formazione LinkedIn. La vera sfida è stata riuscire a sviluppare questi articolati progetti per la commistione di strumenti di marketing tradizionale e digitale, che hanno imposto un intervento coordinato e sinergico tra tutte le aree dell'agenzia. I loghi esprimono l'identità delle



LUCA
TARGA

aziende e l'immagine che queste desiderano comunicare: è dunque fondamentale che le nuove soluzioni individuate accompagnino tutti gli strumenti e i materiali adottati, sia offline sia digitali. Nessun dettaglio è stato lasciato al caso per promuovere queste due realtà imprenditoriali, incentrate sulle tecnologie di ultima generazione. Per questo motivo i siti web, oltre a essere multilingua, sono stati pensati in funzione di una user experience eccellente sia da desktop sia da mobile.

INSIDE CONVERSION MARKETING

Molto importante è anche l'attività incentrata sul performante metodo Inside Conversion Marketing, brevettato dall'agenzia e frutto dell'intenso e continuo lavoro degli specialisti di Inside Lab, il laboratorio di ricerca, innovazione e sperimentazione che costituisce una delle nove aree strategiche di Inside. Nello specifico si tratta di una funzionalità programmata per ottenere lead idonei a essere trasformati in clienti.