

Inside scelta per la comunicazione digitale di DGI e CheckSig



Due prestigiose realtà che si occupano di Bitcoin e delle tecnologie connesse a questa criptovaluta hanno affidato a Inside 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 ad un’accurata assistenza su misura per i clienti.

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 2 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 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 che digitali.

DGI e CheckSig hanno scelto Inside, agenzia con oltre 35 anni di esperienza, associata UNA, proprio perché in grado di creare e mettere in pratica strategie di comunicazione integrata che sfruttano tutte le potenzialità dei diversi media oggi disponibili, dentro e fuori la rete.

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 che da mobile.

Molto importante è anche l'attività incentrata sul performante metodo Inside Conversion Marketing, brevettato dall'agenzia e frutto dell'intenso e continuo lavoro degli specialist di Inside Lab, il laboratorio di ricerca, innovazione e sperimentazione che costituisce una delle 9 aree strategiche di Inside.

Nello specifico si tratta di una funzionalità programmata per ottenere lead idonei ad essere trasformati in clienti.

La squadra di Inside e il suo Ceo Luca Targa, grazie a questo doppio progetto, continuano a confermare il proprio ruolo di spicco tra i leader della comunicazione e del marketing del nostro Paese.