

di Alessandra La Rosa

OXA SCEGLIE INSIDE PER NUOVO LOGO, CONCEPT CREATIVO E STRATEGIE DI DIGITAL MARKETING



Oxa punta sull'agenzia Inside guidata da Luca Targa (in foto) per nuova immagine e comunicazione digitale

Oxa, azienda specializzata nel campo della sicurezza delle imprese e dei lavoratori e distributrice in Italia di marchi quali U-Power, Diadora Utility, Petzl e Cofra, ha scelto di **affidarsi all'agenzia Inside per la nuova immagine e la strategia comunicazione digitale**. Obiettivo dell'agenzia sarà quello di supportare il cliente nei suoi piani di crescita, che prevedono l'apertura di una rete di punti vendita in città strategiche e il potenziamento dell'offerta online.

L'agenzia indipendente, associata UNA e guidata dal CEO e Responsabile Strategico **Luca Targa**, con i 35 professionisti che la compongono, ha intercettato i bisogni di Oxa pianificando diverse attività, tra cui l'ideazione del **nuovo logo, pay off e della conseguente immagine coordinata**, oltre al concept del **nuovo sito aziendale** realizzato secondo i canoni UX e UI.

La definizione degli strumenti più performanti in chiave Digital Marketing è stata elaborata sulla base dell'Inside Conversion Marketing, il processo metodologico e tecnologico messo appunto dall'agenzia stessa e frutto dell'intenso e continuo lavoro degli specialist di Inside Lab, il laboratorio di ricerca, innovazione, sperimentazione e consulenza alle imprese, che costituisce una delle 9 aree strategiche di Inside, programmato per finalizzare e massimizzare la diffusione del brand, per rendere efficiente ogni attività e garantire un alto grado di personalizzazione.

Tra le altre azioni in cantiere anche la **formazione gestita dal team di Inside Lab rivolta al management di Oxa**, in modo da rendere l'azienda perfettamente competente in merito alle nuove frontiere della Marketing Automation.

“Siamo felici di aver intrapreso questa nuova sfida insieme al team Inside – commenta **Sofia Guarnieri**, Head of Marketing di Oxa –. Il nostro obiettivo è sempre stato mettere al centro delle nostre scelte la salute e la sicurezza delle persone. Grazie a un efficace programma di formazione e lo sviluppo di una strategia omnicanale, tramite la metodologia Inside Conversion Marketing, abbiamo reso possibile la nostra mission. Riusciamo a mettere a servizio delle persone le nostre conoscenze e competenze per la scelta e l'utilizzo consapevole di dispositivi di protezione individuale e di attrezzature per la sicurezza.”