

## Inside scelta da OXA per il nuovo logo, concept creativo e strategie di Digital Marketing



Oxa nasce nel 1978 dall'idea di due imprenditori bolognesi operanti nel campo della sicurezza. Inizialmente l'offerta era limitata al settore antincendio ma, anno dopo anno, l'azienda è cresciuta sviluppando un ampio assortimento di prodotti, acquisendo la distribuzione dei marchi più affermati a livello nazionale e internazionale come U-Power, Diadora Utility, Petzl, Cofra e molti altri.

Oggi Oxa è un'azienda leader nel settore, in particolare per quanto riguarda la vendita di dispositivi di protezione individuale, la personalizzazione dell'abbigliamento da lavoro, la produzione di segnaletica di sicurezza e speciale, la manutenzione di dpi, estintori, idranti e impianti antincendi. In altre parole, Oxa è divenuta un punto di riferimento a 360 gradi per la sicurezza delle imprese e dei lavoratori.

L'azienda sta supportando la forte crescita sul mercato attraverso l'apertura di una rete di punti vendita in città strategiche e il potenziamento dell'offerta online. Per questi motivi ha scelto Inside, agenzia che si attesta ai primi posti in Italia per qualità e completezza dei servizi di comunicazione integrata.

L'agenzia indipendente, associata UNA, guidata dal CEO e Responsabile Strategico Luca Targa, i 35 professionisti che la compongono, suddivisi tra specialist e menti creative, hanno saputo intercettare i bisogni di Oxa pianificando le diverse attività, tra cui l'ideazione del nuovo logo, pay off e della conseguente immagine coordinata, oltre al concept innovativo 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.

Fattori molto apprezzati dal cliente, come conferma Sofia Guarnieri, Head of Marketing di Oxa: "Siamo felici di aver intrapreso questa nuova sfida insieme al team Inside. 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".

Nel complesso si tratta di un progetto ambizioso, contraddistinto dalla formula Inside basata sulla garanzia dei risultati ottenuti e sulla precisa misurazione del Ritorno dell'Investimento (ROI).