

## Inside scelta da OXA per il nuovo logo, concept creativo e strategie di digital marketing

1 Febbraio 2021



**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 assortimento di prodotti e acquisendo la distribuzione di marchi affermati a livello nazionale e internazionale come U-Power, Diadora Utility, Petzl, Cofra e molti altri.

L'azienda sta supportando la 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 - DENTRO LA COMUNICAZIONE**, guidata dal Ceo e Responsabile Strategico **Luca Targa**, associata UNA, e con **35 professionisti** suddivisi tra specialist e menti creative, per pianificare **le 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**, processo metodologico e tecnologico messo appunto dall'agenzia stessa e frutto del lavoro degli specialist di **Inside Lab**, laboratorio di ricerca, innovazione, sperimentazione e consulenza alle imprese, che costituisce una delle nove 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.

Commenta nella nota Sofia Guarnieri, Head of Marketing 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".

Il progetto si caratterizza dalla 'formula Inside', basata sulla garanzia dei risultati ottenuti e sulla precisa misurazione del Ritorno dell'Investimento (ROI).