

Vimec sceglie Inside per un doppio progetto di Digital Marketing



Vimec, nata nel 1980, è un'azienda leader nelle soluzioni per la mobilità delle persone, producendo, in particolare, montascale, piattaforme elevatrici, ascensori, homelift. L'azienda reggiana, oltre a possedere una lunga esperienza, è caratterizzata da una visione globale del business, ha infatti aperto filiali in Italia, Spagna, Francia, Regno Unito, Polonia, Germania e i suoi prodotti sono presenti in Europa, Asia, Africa, Australia e Sud America.

La voglia di crescere non si è affievolita in Vimec, per questo oggi affronta due nuovi mercati, uno europeo e l'altro asiatico, puntando sul digital marketing.

Questi importanti progetti si sono sposati alla perfezione con la filosofia di Inside, forte dei suoi 35 anni di esperienza nel marketing B2B e nella comunicazione integrata. Inside è un'agenzia indipendente che rappresenta un punto di riferimento a livello nazionale grazie una serie di plus quali: solidità economica e finanziaria - come testimonia il + 22% di fatturato nel 2020 -, elevata professionalità, ampio know-how fornito dal lavoro sinergico di un organico ben affiatato e sempre presente, in grado di garantire i risultati concordati e una copertura h24.

Motivi che hanno portato Vimec ad affidarsi a Inside per raggiungere i suoi obiettivi.

L'agenzia associata UNA, guidata da Luca Targa (CEO e Responsabile Strategico di Inside) ha sviluppato, dopo un'attenta analisi, due differenti piani strategici per dare maggiore visibilità a Vimec all'interno delle aree geografiche di riferimento per il posizionamento dei suoi specifici

prodotti.

Le funzioni del metodo Inside Conversion Marketing sono state utilizzate in modo differenziato per i due obiettivi al fine di massimizzare l'efficacia di ogni attività e garantire un alto grado di personalizzazione. Questo processo, metodologico e tecnologico, è stato messo appunto dall'agenzia stessa attraverso l'intenso e continuo lavoro degli specialist dell'Inside Lab – il laboratorio di ricerca, innovazione e sperimentazione che costituisce una delle 9 aree strategiche di Inside – con lo scopo di ottimizzare la brand identity del cliente.

Per raggiungere questi obiettivi i 36 professionisti di Inside hanno creato un team di progetto per dedicarsi al potenziamento degli strumenti digitali a supporto del comparto commerciale-marketing dell'azienda.

Specialist e menti creative del team hanno applicato i principi dell'Inside Conversion Marketing, coordinando le loro attività sia nella fase di pianificazione che in quella operativa.

Il digital planning per l'ingresso nel mercato cinese, dove Inside ha già una nutrita serie di clienti, comprende l'analisi del mercato, la definizione della brand identity e del naming con relativa registrazione del marchio, proseguendo con content creation per Baidu Baike, apertura, setup e gestione dei contenuti per WeChat.

Le sfide di questo duplice lavoro sono state impegnative per via dei mercati completamente dissimili tra loro, ma anche per le diverse metodologie e gli innumerevoli strumenti messi in campo. Il mix di esperienza, competenza e creatività di Inside Comunicazione ha per rappresentato l'arma vincente per affrontare al meglio anche questa sfida.