

## MyO sceglie Inside per il digital marketing e la propria immagine



La voglia di innovare e di offrire servizi sempre migliori ai suoi clienti ha portato l'azienda alla necessità di rinnovare la propria immagine, partendo dal sito aziendale per renderlo più funzionale e capace di restituire eccellenti esperienze di navigazione a prescindere dal device. Oltre al restyling della piattaforma web centrale del cliente, Inside, agenzia associata UNA, avrà il compito di migliorarlo, trasformandolo in uno strumento estremamente efficiente sia per l'azienda sia per gli utenti che navigano e fanno acquisti online sull'e-commerce.

Per la promozione delle attività aziendali è stato previsto un mix di strumenti, ideato nella logica dell'Inside Conversion Marketing, un processo metodologico e tecnologico messo appunto dall'agenzia per finalizzare e massimizzare la diffusione del brand, al fine di rendere efficiente ogni attività e garantire un alto grado di personalizzazione. La metodologia è 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. All'interno del programma complessivo, verrà dato ampio spazio alla Marketing Automation con l'obiettivo di rendere più efficace e mirato il workflow delle email che dovranno essere inviate in modo mirato alle diverse tipologie di utenti e-commerce.

Inside si occuperà anche della formazione di figure interne a MyO per renderle autonome nella gestione degli strumenti di marketing implementati.

Un progetto importante, che integra tutte le soluzioni digitali di Myo. L'azienda, dopo varie consultazioni, ha scelto Inside anche e soprattutto per l'esperienza: da oltre 35 anni l'agenzia guidata dal CEO e Responsabile Strategico Luca Targa si occupa di comunicazione integrata e rappresenta un punto di riferimento nel panorama nazionale. Grazie al lavoro di attenta analisi degli strumenti e dell'intera attività di comunicazione, Inside, che al proprio interno conta un organico di 36 addetti suddivisi tra specialist e creativi, è stata in grado di elaborare un piano strategico innovativo, proponendo una serie di tecnologie e strumenti, accompagnati da professionalità e formazione che hanno convinto il cliente a non avere dubbi sulla scelta.

Davide Garetti IT Strategic Coordinator di MyO afferma che "MyO Spa non ha solo scelto un prodotto e il partner, ma un vero progetto. Tutte le unità di business di MyO si sono confrontate su presente e futuro del settore e dell'azienda, individuando KPI e obiettivi. L'aumento di fatturato è "solo" il punto d'arrivo. L'ottimizzazione, la semplificazione e il miglioramento delle performance delle operatività aziendali saranno i meta-obiettivi impliciti: piccoli mattoni non meno importanti del punto d'arrivo. La redazione di un documento progettuale ci ha portati a disegnare la strategia di implementazione, oltre alla scelta delle componenti tecnologiche. Ci auguriamo che Inside, per il know-how, la capacità di formare il cliente, la propensione alla misurazione dei dati, possa innestare un vero e proprio cambio di mentalità interno, nel rispetto delle consolidate best practice aziendali. Per MyO si tratta di un importante investimento che, come tale, deve avere un ritorno ben definito: Inside ha condiviso con noi i milestone, attraverso un coinvolgimento al 100%: entrambi avremo la responsabilità dei risultati".