



Rinnovata la collaborazione tra Inside e Polyglass: nuovi strumenti di comunicazione

ATTUALITÀ

15 Novembre, 2021

Dopo aver curato il restyling grafico dell'immagine aziendale e la riorganizzazione del materiale di comunicazione di Polyglass, continua la collaborazione con Inside per sviluppare nuovi progetti di marketing.

Polyglass, azienda del Gruppo Mapei e punto di riferimento internazionale nel settore delle membrane impermeabilizzanti, ha deciso di proseguire il rapporto professionale con l'agenzia indipendente, associata UNA, con cui ha recentemente ottenuto svariati successi, affidando ai creativi e agli specialisti di Inside l'ideazione di altri strumenti di comunicazione offline e online, che vanno a integrarsi con quelli già realizzati.

Due realtà imprenditoriali che hanno punti comuni su cui basano il loro lavoro: la lunga esperienza nei rispettivi settori (oltre 50 anni Polyglass, più di 35 Inside), il DNA made in Italy e l'attitudine all'evoluzione in risposta ai cambiamenti dei mercati e della società.

Queste le parole della Responsabile del Marketing Operativo di Polyglass: "Polyglass da sempre investe nell'immagine e nella comunicazione e ha scelto come partner Inside perché è un'agenzia con una marcia in più: idee innovative, ottima pianificazione e organizzazione del lavoro e attenzione ai dettagli. È davvero un piacere e una soddisfazione lavorare con il loro team."

Dopo essersi occupati della Corporate Guide e del catalogo dedicato alle Case Histories di Polyglass, gli specialisti in marketing e comunicazione B2B guidati da Luca Targa (Ceo e Responsabile Strategico dell'agenzia) si sono occupati dell'impaginazione di diversi Reference Book e della creazione di un visual da associare a una nuova gamma di prodotti dell'azienda.

L'ideazione del visual per la novità Polyglass si è articolata in quattro attività:

- Creazione visual concept
- Applicazione su ADV e copy
- Applicazione su cover brochure
- Impaginazione grafica brochure

Il lavoro di Inside è partito da una fase di studio che ha portato alla definizione delle **caratteristiche utili a posizionare il prodotto** dal punto di vista comunicativo, all'**ideazione del concept creativo** e alla declinazione dello stesso sui diversi canali mediatici analogici e digitali utilizzati per la promozione.