



Inside, il 2021 si è chiuso con +35% di fatturato e nuove assunzioni. Successo per la formula "Inside Conversion Marketing"

ATTUALITÀ

19 Gennaio, 2022

Si è chiuso con un risultato di assoluto prestigio il 2021 di Inside. L'agenzia associata UNA, specializzata nella comunicazione integrata B2B, ha infatti registrato un +35% di fatturato rispetto all'anno precedente, proseguendo e ampliando il proprio trend positivo.

Una crescita consistente, specie se rapportata al periodo ancora contrassegnato dalle difficoltà di molti settori derivanti dalla permanenza dell'emergenza Covid.

Il CEO e Responsabile Strategico di Inside Luca Targa spiega così i risultati raggiunti. "Essere pronti ad affrontare le crisi costituisce l'approccio essenziale che ogni imprenditore preparato dovrebbe adottare, per il semplice motivo che i periodi complessi per i mercati sono ciclici, come ci insegna la storia degli ultimi anni. Ho parlato proprio di questo nel mio ultimo libro "Ripartiamo dalla felicità" e sono sempre più convinto che la ricetta più efficace per fare business sia quella di essere parte del cambiamento e non subirlo. Venendo più al concreto alla crescita di Inside, sia in termini di fatturato che di personale (sono 70 i professionisti che lavorano ad oggi all'interno dell'agenzia ndr) mi permetto alcune considerazioni più puntuali.

Come agenzia abbiamo puntato, in tempi non sospetti, su una dotazione tecnologica di prim'ordine, investendo sia nell'hardware che nel software. Operando in questo modo ci siamo fatti trovare pronti ad affrontare al meglio lo smartworking dato che ogni professionista che opera in Inside può seguire i propri task in ogni momento e in ogni luogo. Sul lato software, inoltre, posso dire con orgoglio che siamo stati tra i primi in Italia a sposare metodologie innovative, come l'Inbound Marketing, il Machine Learning, la Marketing Automation, l'AI, il 3D, la Realtà Virtuale, sapendo che alcune logiche del marketing tradizionale stavano per essere superate, in termini di efficacia, dal digitale.

La pandemia – specifica Luca Targa – ha, di fatto, solamente accelerato una crescita del business online che era già segnata. Parlo degli eventi rivolti ai prospect, in sostituzione di fiere e altre iniziative in presenza, dell'esplosione dell'e-commerce anche nel B2B, della lead generation, oltre alle strategie omnicanale in grado di creare connessioni

funzionali tra gli spazi fisici e quelli virtuali allo scopo di migliorare le prestazioni di vendita.

Grazie al nostro **Inside Lab** abbiamo brevettato l'**Inside Conversion Marketing**, un metodo che viene personalizzato sulle esigenze di ogni singolo cliente, per **ottimizzare le conversioni** puntando su tecnologie e strumenti più idonei allo scopo.

Il risultato complessivo di questo modello di gestione non ha giovato solo a noi, ma ha accompagnato la **crescita commerciale delle aziende clienti** che si attesta, in media, **tra il +20 e +25%**. Il vantaggio ulteriore sta nel fatto che le strategie che vengono ideate, affiancando il management delle imprese, permettono di pianificare da subito la **previsione dei risultati**, basandosi sul principio essenziale del **ritorno dell'investimento (ROI)**".