



# This Feeling Inside

di Gianni Martinelli

# Luca Targa

Dopo aver maturato una profonda esperienza nel mondo della grande distribuzione e, successivamente, come dirigente marketing & comunicazione di importanti gruppi, Luca Targa rileva l'allora piccola struttura nel 1999 fino a trasformarla nell'attuale e super premiata Inside che, perseguendo l'eccellenza, ha introdotto in Italia un nuovo modo di fare agenzia.

Nove aree interne specializzate e un team di professionisti costantemente aggiornati, Inside lavora come se fosse un reparto interno dell'azienda cliente. Ne parla il CEO Luca Targa.

**MK:** *Ci può raccontare brevemente la sua avventura professionale in Inside?*

**Luca Targa:** Dopo aver maturato una profonda esperienza nella grande distribuzione, dapprima come co-titolare di una catena di supermercati, e in seguito come dirigente marketing & comunicazione di importanti gruppi quali Caron, Bernardi, Colmark, Rinascente e Acqua&Sapone, iniziavo a coltivare il desiderio di voler creare qualcosa, qualcosa di mio. E fu così che nel 1999 rilevai Inside btb, questa piccola agenzia di comunicazione nel centro storico di Padova, che, tuttavia, disponeva di un parco clienti importante nel settore B2B. Il mio sogno era quello di condurre Inside a essere una vera e propria azienda, volevo portare le basi di una struttura aziendale all'interno dell'agenzia di comunicazione, perpetrare un metodo laddove c'era professionalità ma non una vision lungimirante. Investii capitali. Lavorai sodo. Giorno e notte. Non ci sono stati weekend né festività per tanto tempo. Ma, nonostante le difficoltà, è il coraggio di andare avanti che conta. Uno sforzo continuo è la chiave che sprigiona il nostro potenziale. Da allora, di strada ne abbiamo fatta tanta. Oggi non siamo più a Padova ma a Milano e Ferrara, città scelta per la qualità della vita e dove mi rilasso nei weekend. Abbiamo superato gli anni bui e negativi della crisi del 2008. Mi sono inventato una nuova Inside, un nuovo modo di 'fare agenzia', caratterizzato dalla massima integrazione col cliente, come se l'agenzia fosse un reparto interno dell'azienda stessa.

**MK:** *Perché i clienti scelgono Inside?*

**Luca Targa:** Know how, flessibilità e grande professionalità, spinta creativa e soprattutto tanta innovazione: sono queste le caratteristiche che i clienti ritrovano a Inside. Con il nostro team aiutiamo le aziende a fare branding, generare lead e trovare nuovi clienti. Perseguiamo l'eccellenza, sono esigente e rigoroso. Le project manager sono tutte laureate con lode, parlano

almeno tre lingue e sono state forgiate da una gavetta lunga e intensiva in Inside Lab che le ha rese un punto di riferimento per i nostri clienti. Gli art director, i web designer, i SEO e SEA Specialist, gli UX designer, gli sviluppatori, i copywriter sono creativi ma precisi, esperti, motivati, perfezionisti. Gli standard di qualità che pretendo devono sempre essere elevati e non venire mai meno, è questo ciò che il cliente di Inside si aspetta ed è questo ciò che avrà, sempre e costantemente. Mettendo sempre il cliente al centro, nell'ottica di offrirgli un servizio completo, ho voluto

**MK:** *Ci può parlare di alcuni progetti interessanti che avete realizzato ultimamente?*

**Luca Targa:** I nostri ultimi progetti sono rivolti a imprese che stanno adottando al proprio interno strategie per accrescere la propria competitività, sperimentare nuove forme di coinvolgimento dei propri clienti o raggiungere nuovi mercati. Ai nostri clienti stiamo proponendo con importanti riscontri il nuovo tool 'Inside Digital Marketing', la suite di Inside in grado di soddisfare le esigenze di qualsiasi azienda che desideri operare in autonomia, pianificando e promuovendo le proprie cam-

“ Il successo imprenditoriale è dove la tua visione, influenza e creatività convergono; è dove le opportunità diventano infinite e le tue capacità senza limiti. ”

creare un'agenzia composta da nove aree interne specializzate, e sinergiche fra di loro: Inside Creativity, Inside Strategy, Inside Media, Inside Web & Social Media Marketing, Inside Exhibition, Inside Press, Inside Multimedia, Inside Unconventional (la comunicazione basata su nuove tecnologie digitali, AR, VR, Apps, Viral) e Inside Lab, la nostra area didattica che si basa su una formazione rivolta sia all'interno sia all'esterno. Il nostro personale, infatti, non smette di aggiornarsi e di aggiornare: investo moltissimo nella partecipazione a forum e summit del settore, in occasione dei quali non solo teniamo i nostri 'speech', ma, a nostra volta, possiamo apprendere ed elaborare nuove idee e strategie per poi proporle ai nostri clienti, verso i quali amiamo essere proattivi. Ecco perché una delle più importanti frecce al nostro arco è l'innovazione, un tipo di approccio che mira a sovvertire un sistema 'classico' di agenzia a favore di un progetto innovativo ispirato alle grandi aziende.

pagne di marketing digitale, per far crescere il business aziendale, conquistando così un enorme vantaggio innovativo nei confronti dei competitor di settore.

E ancora, le strategie di Inbound Marketing e Marketing Automation, basate su attività che consentono di aumentare le visite al proprio sito, con l'ottimizzazione SEO, con i social network e con campagne adv mirate, per convertire le visite in contatti, e trasformare i contatti in clienti grazie a contenuti di qualità come ebook, video, case study. Il tutto, partendo da un assunto-base fondamentale: individuare e creare le proprie 'Buyer Personas', persone fittizie che rappresentano un cliente ideale per la nostra azienda. Esplorando i loro obiettivi e costruendo professionalmente i contenuti che servono per ottenere la loro fiducia. A chi possiede un e-commerce, proponiamo l'ottimizzazione delle performance del sito tramite un efficace strumento progettato appositamente per implementare le vendite,



migliorando al tempo stesso l'esperienza di acquisto. Si tratta di un unico algoritmo per aumentare Conversion Rate, Average Order e Customer Retention, tramite un sistema di ricerca intelligente, un meccanismo di suggerimento di prodotto, l'invio di newsletter automatizzato e targhettizzato su cluster. Infine, un tocco di spettacolarità. I nostri ultimissimi progetti nel campo dell'Exhibition e della caratterizzazione d'impatto dello spazio espositivo in fiera partono da un'esigenza sempre più sentita dai nostri clienti: trovare una soluzione per evitare realizzazione, spostamento, montaggio, collaudo in loco di voluminosi prodotti, quali impianti o macchinari complessi da una fiera all'altra e l'eventuale smaltimento degli stessi una volta concluse le fiere. Video wall, mosaici tecnologici, schermi a tecnologia leap motion che consentono di ruotare l'immagine di 360°, grazie a particolari sensori attivati con il movimento della mano. E ancora, aree interattive per 'tuffarsi' in una realtà parallela, attraverso la suggestiva e affascinante tecnologia a realtà virtuale dei video immersivi 3D. Come abbiamo fatto per JU.CLA.S, azienda del Gruppo Vason, leader nella realizzazione di impianti per l'enologia, per la quale abbiamo realizzato quattro video immersivi virtual reality 3D che costituiscono un innovativo strumento di comunicazione e vendita, grazie al quale i prospect, tramite un apposito visore, sono in grado di muoversi attorno al prodotto, interagire con esso, aprirlo, scrutare al suo interno, configurarlo a proprio piacimento, e testare l'autenticità dell'esperienza. Una visione proiettata in avanti, per raccontare l'esperienza dell'azienda e i progetti

futuri legati all'innovazione, snellendo notevolmente i processi di comunicazione tra il brand, i mercati, e il cliente.

**MK:** Siamo a fine 2016, cosa ci può raccontare di quest'ultimo anno per Inside?

**Luca Targa:** Inside chiude il 2016 in crescita, con quindici nuovi clienti, la conferma di tutte le partnership già in essere e il fatturato in aumento del 32%. Un 2016 di grande successo che ha visto incrementare il nostro portfolio con bellissime realtà imprenditoriali della nostra penisola.

**MK:** Alcuni esempi?

**Luca Targa:** La nuova collaborazione con il Gruppo Vason di Verona, multinazionale nel settore enologico, per un progetto di comunicazione integrata su tutte le società di corporate, rivedendo la comunicazione off line e below the line, le realizzazioni di tutti i siti web, l'ottimizzazione degli stessi in cinque lingue, la strategia e promozione dei canali social e digital, la caratterizzazione interattiva degli spazi espositivi in occasione di importanti eventi fieristici internazionali.

Inoltre, il progetto di corporate and visual identity per l'azienda OMG, in una delicata fase di rilancio, con l'obiettivo di creare un'immagine aziendale forte, legata all'eccellenza, al dinamismo, e comunicare le tre aree di operatività in maniera strategica, mirata e riconoscibile, per far conoscere il marchio a potenziali nuovi clienti, implementando così la lead generation, con attività on e off line, in cinque lingue.

Il rinnovo delle attività con Citieffe, azienda specializzata nella produzione di strumenti

1. La nuova corporate image per Vason Group.
2. Progetto di corporate image per OMG.
3. Caratterizzazione spazio espositivo per Citieffe.



per la traumatologia, nostro cliente da sei anni, per cui abbiamo coniato e declinato la campagna 'Cubo' – di Rubik – su tutti gli strumenti di comunicazione, per rappresentare in modo chiaro e preciso la gamma di prodotti e linee, trasmettendo ordine e razionalità.

Sono davvero molto contento del 2016, stiamo crescendo in perfetta sintonia con il nostro piano di sviluppo, in maniera costante su tutto il territorio nazionale, e questo significa che la qualità del nostro lavoro viene riconosciuta e apprezzata: dal 2014, infatti, i nostri volumi di vendita crescono ogni anno con una media del 30%. Questo 2016, inoltre, è un anno che non ci dimenticheremo facilmente in quanto abbiamo celebrato i 30 anni dell'agenzia con diverse attività, l'uscita della monografia 'Feel Inside – 30 years of emotions in words and images', il mio secondo libro *Comunico consapevolmente*. Abbiamo, inoltre, raggiunto il prestigioso traguardo dei 61 premi nazionali, di cui l'ultimo è stato il 'Promotion Global Award 2016, B2B Innovative Communication', in occasione del Press, Outdoor & Promotion Key Award 2016, organizzato da *Media Key*, per lo stand di Citieffe al convegno AAOS Annual Meeting di Orlando, in Florida, che si è aggiunto a un ulteriore riconoscimento ottenuto oltreoceano. Infine, in occasione della ventesima edizione del Premio Tecnico della Pubblicità italiana Mediarstars, ho avuto l'onore di essere insignito del prestigioso riconoscimento alla carriera, per i 30 anni di attività. Il secondo, dopo l' 'Hall of Fame' ricevuto nel 2015. ■

