

NAXA NASCE LA PIATTAFORMA IN GRADO DI STRAVOLGERE IL SALES&MARKETING DELLE IMPRESE, CHE MIRA A OSPITARE, COLLABORARE E INTERAGIRE

I SERVIZI

E-commerce, strategie e molto altro

Oggi tutti comprano online perché è rapido, comodo e immediato. In quest'ottica diventa pertanto indispensabile focalizzarsi nello sviluppo di una strategia e-commerce che metta in risalto l'insieme di tutti quei punti di forza che contraddistinguono una singola realtà e i suoi prodotti, adottando un approccio sempre più orientato alle performance che preveda forme di advertising innovative, volte a migliorare la customer experience. Naxa elabora strategie di marketing online, con l'obiettivo di posizionare, dare maggiore visibilità e aumentare il tasso di conversione di un brand.

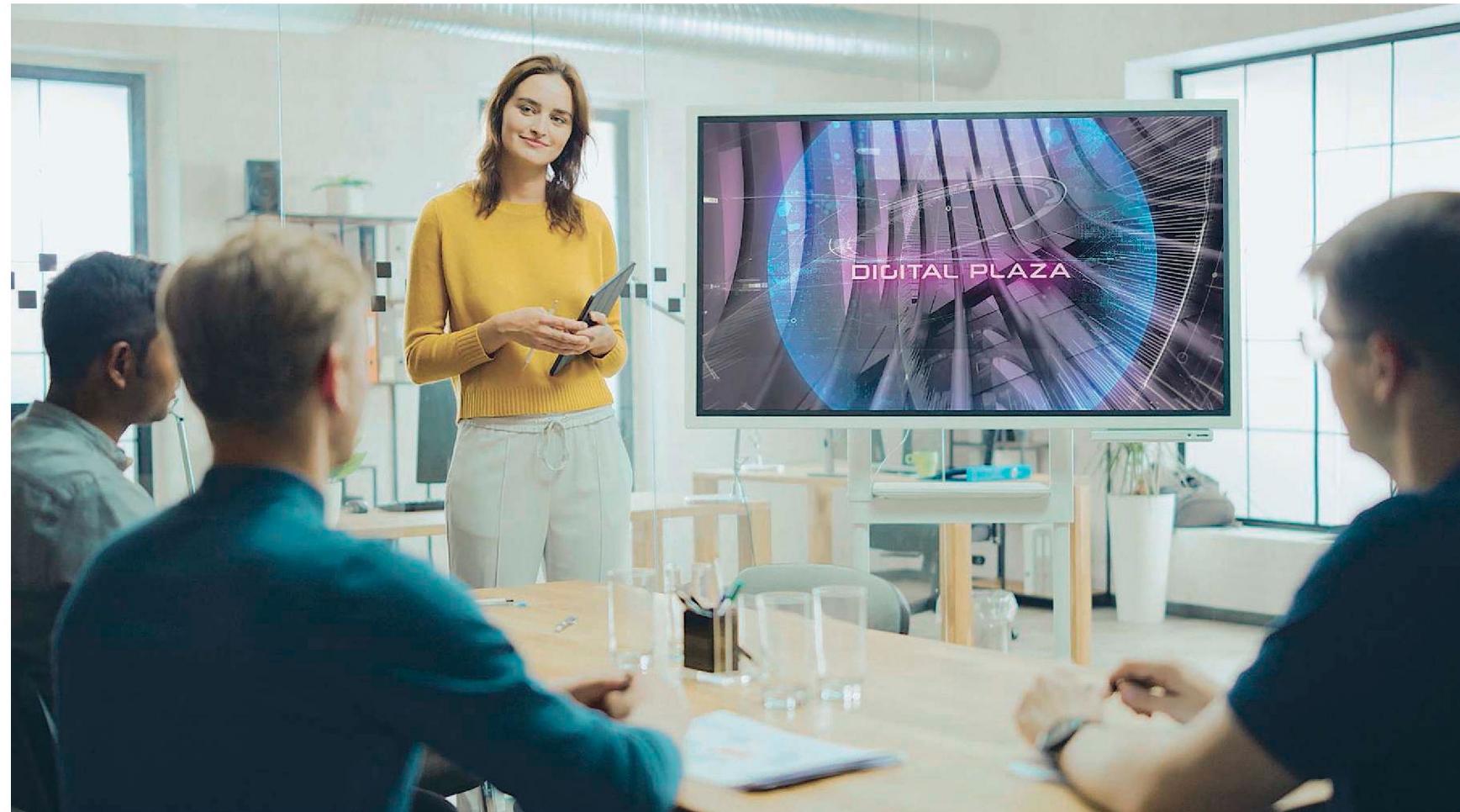


I CONTATTI

Ulteriori informazioni sul sito

Chiunque abbia un progetto in mente sarà ben accolto da Naxa, che sarà curiosa di conoscere i singoli obiettivi e trovare la strada migliore per raggiungerli. Per qualsiasi necessità, è possibile ottenere informazioni visitando il sito www.naxa.ws, oppure contattando il numero 0392288884 e via mail: info@naxa.ws. Naxa si trova a Bernareggio (MB) e a Reggio Emilia.

naxa
D I G I T A L



UN PRODOTTO RIVOLUZIONARIO, CHE ACCORCIA LE DISTANZE E PERMETTE ALLE AZIENDE DI RIPARTIRE

Non è un segreto, il Covid-19 ha messo in serie difficoltà le aziende, ha stravolto completamente modi e tempi di fare business per le imprese: niente più commerciali in viaggio e reparto marketing bloccato in smart-working alla ricerca di nuovi modi per raggiungere gli obiettivi aziendali. È in questo nuovo scenario che nasce un'idea, un progetto innovativo che arriva dalla Brianza e per la precisione dal team di sviluppo di Paolo Sirtori, Business Developer di Naxa, agenzia di Digital Marketing. Qualcosa di nuovo, che punta a eliminare del tutto la distanza tra domanda e offerta, tra imprese, clienti e potenziali tali. Un modo per continuare a stare vicini, ma da lontano.

L'INTUZIONE

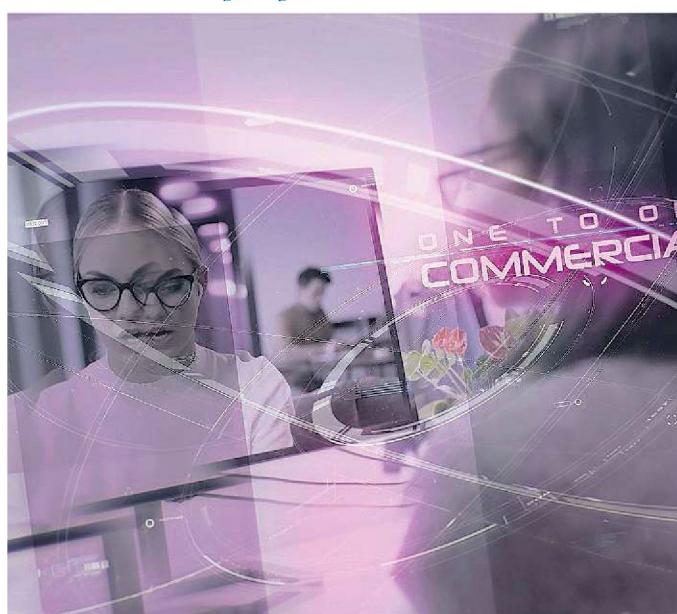
Come continuare a fare business in maniera efficace senza poter far toccare con mano le novità di prodotto, le collezioni o la produzione al cliente o potenziale? Se non possiamo fare affari di persona, come possiamo colmare il gap? Sono queste le domande che si è posto Paolo Sirtori, ma anche Luca Vivanti, architetto e docente al Politecnico di Milano e Torino, che si è subito messo in contatto con il professionista. Il primo passo è stato pensare subito al set-

Digital Plaza è una soluzione che permetterà alle realtà di superare i propri limiti

tore dell'arredamento, con il Salone del Mobile posticipato, a tutti i buyer del settore fashion, al mondo dell'industria e della tecnologia che vive di fiera e che spesso ha bisogno di poter mostrare la produzione e infine all'export del made in Italy. Il team Naxa, dagli sviluppatori, fino ai content specialist e digital strategist, si è messo all'opera per trasformare un pensiero in realtà. Nasce così Digital Plaza, il virtual business place pro-

gettato per ospitare, collaborare e interagire. Una piattaforma capace di coniugare le esigenze del reparto sales con quelle del marketing, monitorando costantemente ogni attività per misurare le performance del team aziendale e l'efficacia della comunicazione. In generale, l'obiettivo di Digital Plaza è rendere del tutto immersiva l'esperienza di consulenza personalizzata, facendo sentire i clienti come se fossero realmente sul

posto. Attraversando gli spazi, grazie ai tour 3D dell'azienda o dello showroom realizzati tramite mappatura delle aree e architettura virtuale per la navigazione in pianta 3D interattiva, l'utente incontra degli hotspot con link mirati a video, cataloghi, webinar o sale di conversazione con forza vendita, professionisti o partner, basta scegliere. Uno strumento che permette di differenziarsi e fidelizzare i clienti.



IL BRAND DI LUSSO PROVASI È STATO IL PRIMO A TESTARE IL PRODOTTO



IL TEAM NAXA SI È MESSO SUBITO AL LAVORO PER COLMARE IL GAP

> UN OBIETTIVO CONCRETO**Ottimizzare la presenza online**

Naxa è una digital marketing agency. Significa che dispone di una serie di strumenti per la messa punto digitale delle aziende sul mercato in grado di ottimizzare la presenza sul web di ogni business e renderlo identificabile, riconoscibile, distinguibile. L'obiettivo quindi è quello di aiutare le realtà di ogni settore e dimensione a potenziare

le opportunità di business con strategie che puntino a incrementare i ricavi, ad acquisire nuovi clienti, a differenziare i prodotti e a posizionare (o riposizionare) la presenza del brand nel mercato web e social. Il modo migliore per farlo è ascoltando, intercettando le necessità del cliente per trasformarle in ciò di cui hanno bisogno per crescere.

BRAND POSITIONING**Distinguersi dai competitor**

Con il termine brand positioning si identifica la posizione occupata da un marchio e dai relativi prodotti nella mente dei consumatori, in particolare in rapporto alle differenze degli stessi rispetto ai competitor. Gli elementi distintivi possono risiedere nel prodotto stesso, nella comunicazione pubblicitaria, nella brand identity oppure essere strettamente connessi alla customer experience. È pertanto facile comprendere l'importanza del brand posi-

tioning per un'azienda, fattore in grado di garantire una serie di vantaggi come assicurare un immediato riconoscimento del brand creando un vantaggio rispetto ai competitor e una maggior facilità di introdurre sul mercato nuovi prodotti. Una corretta strategia di brand positioning deve quindi puntare sugli elementi di differenziazione di un marchio rispetto ai suoi competitor, definendo in modo chiaro e unico la propria value proposition.

