

Digital360 inaugura il nuovo hub mkt & sales b2b per le Pmi

Scritto il 29 giugno 2018 da Domenico Megali in Economia & Finanza, Innovazione



Digital360 unisce le nuove metodologie di Marketing digitale B2B con le tecnologie di Marketing Automation per aiutare vendor e canale ICT a rafforzare il brand e aumentare le opportunità di business

Con l'avvento del digitale e il moltiplicarsi di canali informativi online, social network e mobile, è cambiato il processo d'acquisto e faticano a dare risultati le tradizionali tecniche di marketing. Nel B2B i buyer dedicano ormai circa il 70% del loro tempo ad attività di informazione e selezione in rete e non sempre le imprese riescono trasformare in opportunità di business questi cambiamenti. Secondo un'analisi Forrester, il 92% dei marketing manager a livello globale in ambito B2B ha forti necessità di incrementare il ritorno degli investimenti e l'efficacia delle campagne.

Per dare una risposta alle nuove esigenze del marketing digitale B2B, Il Gruppo Digital360 mette a disposizione delle oltre 30 mila imprese tech italiane Digital360 Hub, un “motore” tecnologico che punta su contenuti professionali realizzati secondo le più recenti tecniche di content marketing per attrarre lettori interessati e che utilizza le più avanzate tecnologie di marketing automation per selezionare i potenziali clienti in base ai loro reali interessi. Un’iniziativa unica in Italia, che mette a sistema gli asset e le competenze pluriennali del gruppo nello sviluppo e diffusione di contenuti, nello storytelling tecnologico, nella profilazione degli utenti e nella demand generation, attraverso servizi integrabili di comunicazione, eventi e webinar, lead generation, progetti integrati e iniziative speciali. L’obiettivo è migliorare la visibilità e il posizionamento dei brand agli occhi del mercato, aumentando le opportunità di business di vendor e aziende del canale Ict.

«Digital360 Hub riflette il DNA del Gruppo, che vuole sempre guardare in avanti, cercando di cavalcare i cambiamenti in atto, anzi di anticiparli», dice Andrea Rangone, (nella foto) ceo del Gruppo Digital360. «L’Hub entra a far parte nel nostro mondo Digital360 per dare valore e rafforzare quello che per il nostro Gruppo è l’essenza della sua missione: cioè agire da match-making, aiutando – in un mercato complesso e dinamico come quello del digitale, della tecnologia, dell’ICT – l’incontro efficace ed efficiente della domanda e dell’offerta di innovazione digitale. Vogliamo essere la prima fonte di informazioni per i tech buyer nei loro processi di acquisto, vogliamo fornire loro contenuti di qualità, sempre più personalizzati sulla base delle loro reali esigenze e aiutarli ad entrare in contatto con le migliori tech company».