

Strumenti È in arrivo il Virtual Business Place, alla conquista delle aziende italiane

Nasce in Brianza, la piattaforma in grado di stravolgere il settore sales & marketing delle imprese, nata per ospitare, collaborare, interagire

Non è un segreto, il Covid-19 ha messo in seria difficoltà le aziende, non solo italiane, ma di tutto il mondo. Ha stravolto completamente modi e tempi di fare business per le imprese: niente più commerciali in viaggio e reparto marketing bloccato in smartworking alla ricerca di nuovi modi per raggiungere gli obiettivi aziendali attraverso metodi, strumenti e stili di comunicazione diversi da quelli utilizzati fino a pochissimo tempo fa. È in questo nuovo scenario che nasce un'idea, un progetto innovativo di marca lombarda 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.

OLTRE LE CLASSICHE PIATTAFORME

"Sono stati mesi duri, non ci sono dubbi - dichiara Paolo Sirtori -. Durante il periodo di smartworking abbiamo avuto tempo per pensare, per studiare le esigenze delle aziende che sono totalmente cambiate a seguito della pandemia. 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? Abbiamo pensato subito al settore dell'arredamento, con il Salone del Mobile posticipato al 2021, a tutti i



buyer del settore Fashion abituati a vedere dal vivo le nuove collezioni, ma anche al mondo dell'Industria e della tecnologia che vivono di Fiere e che spesso hanno bisogno di poter mostrare la produzione e l'attività dei vari reparti". Nello stesso momento, anche Luca Vivanti, architetto e docente del Politecnico di Milano e di Torino, ha avuto lo stesso pensiero. "Io e Paolo ci siamo sentiti - dichiara Vivanti - e insieme abbiamo discusso l'argomento. Era chiaro per tutti e due che fosse necessario inventare un nuovo strumento digitale. Nei mesi passati, ognuno di noi ha avuto modo di partecipare a meeting attraverso le più comuni piattaforme web, ma mi è parso subito evidente che questi strumenti non fossero sufficienti a rappresentare l'identità e il prestigio delle aziende italiane, in particolare quelle del design e del lusso che conosco bene da vicino, quindi del made in Italy, dello stile, dell'originalità, della creatività, dell'immagine all'avanguardia. Inoltre sapevo bene che per tali aziende, il comparto export ne avrebbe risentito considerevolmente e in diversi Paesi dell'Est e del Medio Oriente molte delle piattaforme di video call più comu-

ni non sono utilizzabili. Come sopperire a questa mancanza?"

PROVASI.TV

Da quel momento, il team Naxa, dagli sviluppatori, fino ai content specialist e digital strategist si sono messi all'opera per trasformare un pensiero in realtà. Nasce così Digital Plaza, il Virtual Business Place progettato per ospitare, collaborare, 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. Il brand dell'arredamento di lusso Provasi è stato il primo a cogliere le opportunità di questo progetto made in Italy. Naxa, sulla base degli obiettivi esposti dall'azienda di Seregno (MB), ha sviluppato e progettato una piattaforma, la Provasi.TV attraverso cui realizzare eventi, video promozionali, sale meeting e workshop. L'agenzia digital si è occupata di tutto: dallo sviluppo personalizzato della piattaforma, alla promozione del primo evento andato in streaming l'8 settembre scorso a livello mondiale, fino



PAOLO SIRTORI

alla formazione e consulenza del personale aziendale sull'utilizzo della piattaforma. La Provasi.TV è ora disponibile in lingua inglese, in russo e anche in cinese.

IMMERSIONI

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. Conclude Paolo Sirtori: "Abbiamo creato uno strumento che permette alle aziende di differenziarsi dai propri competitor, di fidelizzare il cliente e di andare oltre i propri limiti. La risposta da parte delle imprese è ottima, siamo in contatto per sviluppare nuovi progetti e siamo solo all'inizio! Per questo abbiamo in serbo la release di una demo che sarà lanciata a brevissimo sul mercato".

