

Nextplora entra nella maggiore età con una identità rinnovata e il potenziamento dell'offerta di Smart Data per le aziende

A 18 anni dalla sua fondazione l'agenzia di Insight Management consolida i suoi valori, il servizio e le soluzioni verso la produzione di conoscenza azionabile per il marketing.

Milano, 10 luglio 2018 - **Nextplora**, l'agenzia di **Insight Management** annuncia un rafforzamento della propria **identità, immagine, valori e promessa** con **un nuovo logo, sito**, e la **definizione delle soluzioni**, utili ai propri clienti per conseguire migliori risultati di business attraverso la conoscenza azionabile delle persone e dei mercati.

Costituita nel 2000, Nextplora è un'agenzia che ha sempre avuto nell'innovazione il punto di riferimento per lo sviluppo di **metodi esclusivi e l'impiego di tecnologie più avanzate** per tradurre l'analisi in insight utili e azionabili.

La ricerca di mercato è stata rivoluzionata negli ultimi anni da una rapida evoluzione dei processi di raccolta e analisi delle informazioni sui comportamenti e le opinioni delle persone, impressa dalla enorme quantità di dati disponibili e dall'aumento dei contesti nei quali essi si generano.

In questo nuovo scenario, Nextplora riafferma la sua identità di agenzia capace di produrre ed estrarre conoscenza per aiutare le aziende per questi bisogni:

- **La produzione di consumer insight** per l'esplorazione, innovazione e implementazione nel marketing e nella comunicazione con **I³: Insight al Cubo**.
- **La valutazione degli effetti** degli investimenti in pubblicità e media con **BMI: Brand & Media Intelligence**.
- **La valorizzazione dei customer DB aziendali e la creazione di panel** con **PeopleHub**.
- **L'aumento di efficacia del targeting e del valore economico dei clienti** nelle DMP e nei CRM aziendali con **SmartUP**.

Il set di valori con cui Nextplora ha attuato una focalizzazione e rafforzamento delle sue attività per i propri clienti sono: il **dinamismo** nel costante miglioramento dei metodi, l'**azionabilità** delle informazioni nei processi di marketing, e l'**utilità nei risultati di business** delle risposte fornite con le sue soluzioni.

*"Il nostro oggetto di studio è l'essere umano. Il suo comportamento è quanto di più interessante e complesso esista al mondo. – commenta **Andrea Giovenali**, fondatore di Nextplora - Perciò ne siamo tanto incuriositi, e siamo desiderosi di leggerne le mappe del presente per comprenderne il cambiamento nel futuro. E anticiparlo a beneficio dei nostri clienti".*

30 tra i primi 50 brand italiani nel mondo hanno scelto Nextplora in questi anni, ed espresso alti valori di soddisfazione*. Alcune delle aziende con le quali l'agenzia collabora sono: Amadori, Bauli, Cameo, Candy Hoover, McDonald's, Menarini, L'Oreal, Nexi, TIM, Unilever, e Whirlpool.

* Soddisfazione complessiva 8,2 – NPS 42% - Rilevazione 2017