

- ▶ 8/1/2009 11:30
Ceramica Cleopatra è online con Quadrante
- ▶ 7/1/2009 17:30
Obama eletto 'Protagonista dell'anno' su sky.it
- ▶ 7/1/2009 16:00
Nuovo look per il sito di CRN
- ▶ 7/1/2009 10:30
Debutta Italiaweb.net, piattaforma per la creazione di blog gratuiti
- ▶ 22/12/2008 19:20
Dalla rete alle piste da sci con MenStyle.it
- ▶ Altre Notizie



Cerca news



registrati ▶ abbonamenti ▶ chi siamo ▶ contatti ▶ MyADV



Sezioni

Home > Internet

- Agenda
- Associazioni
- Beyond
- CSR
- Educational
- Eventi
- Gare
- Internet
- Inchieste
- Marketing
- Media
- Off the records
- Persone
- Premi
- Pubblicità
- Rassegna Stampa
- Worldwide

Becker sceglie O-One per la comunicazione online

7/4/2008

Gli obiettivi di questa azione di buzz marketing sono molteplici: stimolare il passaparola in riferimento ai prodotti **Becker**, creare brand awareness e generare traffico sul sito mybecker.com.



O-One (o-one.net), agenzia con sedi a Reggio Emilia e Milano specializzata nella consulenza, nell'ideazione e nello sviluppo di progetti di comunicazione online, ha lanciato un'azione di buzz online per **Becker** marchio di car audio e navigazione satellitare portatile.

Come spiega **Gianfranco Fornaciari**, amministratore delegato di O-One: "Rispetto al passato, il consumatore è oggi molto più critico: è normale che, prima di acquistare un prodotto e/o un servizio, cerchi informazioni nella blogosfera, che possiamo considerare un po' come l'agora del XXI secolo. Per questo abbiamo ritenuto strategico considerare blog, forum e community come importanti canali di relazione per ogni azienda interessata a fare comunicazione online in modo innovativo".

Gli obiettivi di questa azione di buzz marketing sono molteplici: dare motivo agli utenti di parlare dei prodotti Becker, stimolando il passaparola, supportare la costruzione della marca e della sua brand awareness e generare traffico sul sito mybecker.com.

A livello di strategie di intervento, O-One si è preoccupata di fare informazione sfruttando i codici propri della blogosfera: di qui la duplice scelta, da un lato, di relazionarsi con gli utenti del web 2.0, ascoltandone con attenzione opinioni e indicazioni, nella convinzione che rappresentino una preziosa fonte di informazione, e, dall'altro, di segnalare le caratteristiche tecniche dei navigatori Becker e i punti di forza che li contraddistinguono.

Aspetto importante, l'attività svolta da O-One per Becker prevede anche una fase di misurazione dei risultati: i **Key Performance Indicators (KPI)** individuati consentono di avere con sistematicità feedback dal mondo del social media.

Da sottolineare anche l'organicità dell'azione di buzz online pro-Becker svolta da O-One rispetto all'articolata campagna di pubbliche relazioni di Becker: infatti, l'attività è stata concordata e portata avanti in collaborazione con **Treepress**, unit di Industree Group specializzata in pr e media relation che della casa tedesca è il principale consulente di comunicazione.

Quella per Becker non è la prima azione di word-of-mouth

SCEGLI LA TUA AGENZIA
 Ultimi arrivi



Video Agenzia by Go Up Group Communication per Micos Banca by AdForum.com

Premio del giorno

Wave Festival



Video avec AdForum.com