



mazione; ed è qui che si può favorire brand awareness e stimolare interesse. La natura diretta del contatto con il target, l'immediatezza del feedback e l'irradiazione simultanea in molteplici canali delle informazioni sono tutti fattori che destano entusiasmo e segnano un'innovazione nel metodo di approccio". L'azione di Digital PR sviluppata da O-

one si è articolata in diversi canali 2.0: Design, Advertising, Cultura alternativa, Lifestyle, Notte, rispetto ai quali sono stati evidenziati differenti aspetti del brand, in particolare quelli di qualità, natura trendy ed esclusività. La necessità di comunicare il brand anche in canali alternativi a quello classico del Beverage è stata evidenziata dal cliente, alla luce dell'immagine glam che