

PER RAFFORZARE LA BRAND IDENTITY, AUMENTARE L'AWARENESS E INCREMENTARE IL TRAFFICO IN-STORE

## NORAUTO AFFIDA A IAKI IL SOCIAL MEDIA MARKETING

**Norauto**, catena di distribuzione specializzata nella manutenzione e personalizzazione dell'auto, sceglie Iaki per ideare e gestire la propria attività di social media marketing. L'obiettivo è rafforzare la brand identity, aumentare l'awareness, creare engagement e incrementare il traffico in-store. L'auto e i suoi componenti sono spesso elementi misteriosi e talvolta

fastidiosi da gestire, un qualsiasi imprevisto, un qualsiasi malfunzionamento, può causare momenti di stress e tensione: questo è il concept creativo da cui si sviluppa la strategia di social media marketing. Norauto fornisce le giuste informazioni su come prendersi cura della propria auto attraverso un piano editoriale fatto di consigli e informazioni sull'automobile,

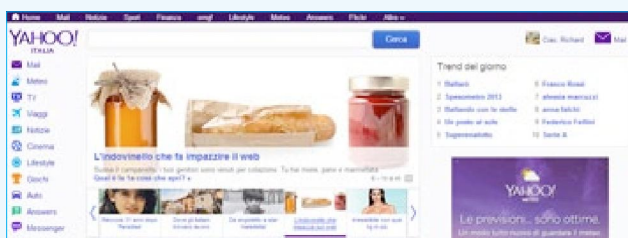
offerte, novità e promozioni. L'elemento centrale sono le persone, che diventano brand ambassador, capaci di trasformare il loro feedback in contenuto sociale. Di qui l'iniziativa "Consiglia Norauto", un tab su Facebook, e uno spazio su LinkedIn, nel quale vengono raccolte



informazioni di prodotto, iniziative e promozioni, che le persone possono leggere, condividere e consigliare agli amici.

PIÙ PERSONALIZZATA, FUNZIONALE ED INTUITIVA

## NUOVA HOMEPAGE PER YAHOO!



CLICCA QUI PER VEDERE IL VIDEO

Da ieri è online la nuova homepage di **Yahoo!** Innovativa, ma ben riconoscibile agli utenti del web, la nuova homepage è stata ripensata per fornire agli utenti informazioni sempre aggiornate, in modo veloce ma che diano loro possibilità di scelta e controllo, pur conservando la familiarità di alcuni elementi come le App Meteo e Flickr. Newsfeed in tempo reale, stream di notizie con la

funzionalità 'Salva per dopo', nuove utility che riflettono le abitudini quotidiane attraverso le ultime informazioni di Yahoo Meteo, Finanza, Flickr e molto altro; e possono essere personalizzate da ogni utente. La nuova esperienza di Yahoo! è ottimizzata anche per gli smartphone e i tablet, in Germania, Francia, Italia, Spagna, Regno Unito, Irlanda e Sudafrica.

IL CONCORSO RIMARRÀ APERTO FINO AL 29 DICEMBRE

## ZANOX PREMIA I PUBLISHER CON IL WINTER RALLY

# zanox.

Iniziato il 4 novembre proseguirà fino al 29 dicembre lo **zanox Winter Rally 2013** ([www.zanox.com/it/publishers/programmi/zanox-winter-rally](http://www.zanox.com/it/publishers/programmi/zanox-winter-rally)), iniziativa dedicata ai publisher che mette in palio 15 Berlin Valley Experience, tour esclusivi della città con la possibilità di visitare la sede centrale del digital media group Axel Springer. Per partecipare, gli advertiser dovranno presentare a zanox le proprie promozioni utili a incentivare la crescita delle transazioni. Oltre al premio di fine concorso, i publisher potranno trarre vantaggio dalla

promozioni dei top advertiser zanox, aumentando così i propri risultati in un periodo, quello di fine anno, molto favorevole all'e-commerce. Durante le 8 settimane del concorso, zanox contribuirà a dare visibilità alle diverse promozioni in un vasto numero di canali dedicati ai publisher: dalla homepage aziendale alla landing page del Winter Rally, oltre che nello zanox marketplace, nel blog zanox, nei footer delle email, nelle comunicazioni settimanali tramite newsletter e nelle comunicazioni dedicate sui social media.

PER LA PRIMA VOLTA L'AZIENDA SI RACCONTA AL PROSSIMO IAB FORUM

## LUCINI & LUCINI COMMUNICATION, 14 ANNI DI ESPERIENZA A SERVIZIO DELL'EMAIL MARKETING

Con alle spalle 14 anni di esperienza nell'email marketing e nella lead generation, **Lucini & Lucini Communications** continua a offrire un servizio altamente competitivo in grado di raggiungere più di 72 milioni di utenti profilati nel mondo, consentendo un alto grado di per-

sonalizzazione di campagne Dem e newsletter in ambito B2C. La piattaforma di gestione, ADSender, permette di spedire oltre 150 milioni di email al giorno verso gli utenti iscritti, consentendo la targetizzazione verso i profili che dimostrano il migliore tasso

di risposta al messaggio. Inoltre la tecnologia cloud-based traccia e mantiene i dati sul comportamento, monitorando in tempo reale le performance delle campagne. L'azienda, guidata dal ceo **Marco Lucini**, è riuscita a penetrare con successo il mercato dei Bric racco-

gliando in questi Paesi oltre 39 milioni di indirizzi su cui è possibile effettuare campagne sia di brand awareness che di incremento delle vendite. Lucini & Lucini sarà presente per la prima volta con un proprio stand allo **IAB Forum** di Milano.