

A SEGUITO DI UNA GARA

## EUROP ASSISTANCE RINNOVA L'INCARICO DI SEARCH ADVERTISING CON INTARGET GROUP

L'agenzia di digital marketing **InTarget Group**, guidata da **Nicola Tanzini**, ha vinto la gara per l'attribuzione dei servizi di search advertising di **Europ Assistance Italia**, assicurandosi il rinnovo dell'incarico per il quarto anno consecutivo. L'obiettivo per il 2014 è incrementare il tasso di acquisition di europassistance.it, aumentando il numero di polizze e servizi venduti attraverso il sito web, potenziando la notorietà del brand migliorando l'esperienza del navigatore anche grazie all'utilizzo di strumenti come il call center. L'incarico vedrà il coinvolgimento della unit **InTarget Adv**, che affiancherà il

cliente nell'ottimizzazione delle attività di comunicazione promozionali, attraverso una strategia media altamente strutturata, che prevedrà l'impiego di Motori di Ricerca, siti verticali e generalisti. Le attività di search advertising saranno gestite attraverso l'approccio programmatico, già applicato dall'agenzia sulle campagne 2013 di Europ Assistance. La metodologia consente di seguire il customer journey degli utenti durante le loro esperienze di navigazione fuori e dentro il sito, raccogliere le informazioni di contesto necessarie per comprendere i loro bisogni e le loro intenzioni e finalizzare il pro-

cesso di conversione grazie ad attività di comunicazione promozionali personalizzate. "Nel corso degli anni di lavoro a fianco del cliente abbiamo maturato una profonda conoscenza del mercato nel quale si trova a operare - afferma Nicola Tanzini, presidente di InTarget Group -. Questo ci permette di elaborare strategie che integrano le specifiche esigenze del settore di riferimento con le più recenti innovazioni tecnologiche. Il tutto con un costante orientamento alla performance". "Siamo molto soddisfatti dei risultati ottenuti lo scorso anno grazie alla consulenza di InTarget Group - afferma



NICOLA TANZINI

**Michele Petrilli**, responsabile e-Business di Europ Assistance Italia - e per tale motivo abbiamo deciso di rinnovare l'incarico all'agenzia nel 2014, prevedendo inoltre un maggiore investimento per le attività di Search advertising e re-targeting".

L'AGENZIA DI E-MAIL MARKETING FORTE NEI MERCATI DEL BRIC

## LUCINI & LUCINI GUARDA AL 2014 CON OLTRE 100 MILIONI DI UTENTI E DUE NUOVE SEDI

**Lucini & Lucini Communications**, attiva nel settore dell'email marketing e lead generation, fissa gli obietti-



SABRINA LUCINI

vi per il 2014 sulla scia dei traguardi raggiunti lo scorso anno. Tra le mete del nuovo anno spicca la volontà di raggiungere e superare i 100 milioni di utenti attivi nel mondo. Attualmente il database proprietario dell'azienda dispone di oltre 75 milioni di utenti iscritti e altamente profilati, localizzati in particolare nei mercati emergenti del BRIC: 32 milioni sono gli users nel continente asiatico, di cui oltre 23 milioni in India e 10 in Cina, a cui si aggiungono più di 30 milioni di

utenti in America Latina (di cui 8 milioni in Brasile e 5 milioni in Messico) e 2 milioni sul mercato russo. Lucini & Lucini garantisce ai propri inserzionisti il raggiungimento del target in maniera efficace, puntando su una strategia di comunicazione prettamente digitale. In quest'ottica si inserisce l'obiettivo del 2014 che vede l'ulteriore sviluppo dell'utenza in mercati come il medio-oriente sempre più richiesti dai clienti che pianificano campagne internazionali e che andrà quindi ad integrarsi perfettamente nel panorama di advertising digitale offerto dal Gruppo. Ad oggi i ser-

vizi di Lucini & Lucini sono tradotti e offerti agli utenti in 11 lingue diverse - tra cui il russo e il cinese. Spiega **Sabrina Lucini**, managing director di Lucini & Lucini Italy: "Il Gruppo ha intenzione di superare i 100 milioni di utenti iscritti e di aprire altre due sedi a San Paolo (Brasile) e Shanghai (Cina) oltre a quelle già presenti e operative a Dublino, Bangalore (India), Città del Messico, Mosca e, naturalmente, Milano. La piattaforma d'invio proprietaria, ADSender (attualmente in commercio), ha supportato nel 2013 oltre 40 miliardi di e-mail inviate con successo in tutto il mondo".