

QUOTIDIANO DEL MARKETING IN RETE

Anno VI - martedì 17 giugno 2008 n.111

PER LA COMUNICAZIONE ONLINE, DEM E MOBILE INVESTIMENTO IN DOPPIA CIFRA Dhl Express Italy, adv da oltre 1 milione di euro

E3 HA CURATO PIANIFICAZIONE E DECLINAZIONE WEB. A SETTEMBRE UN NUOVO FLIGHT DA DEFINIRE

È partita ieri la nuova campagna **Dhl Express Italy**, dedicata a Dhl Express 12:00, il servizio aereo espresso per la consegna di documenti e merci verso le principali città europee entro le ore 12.00 del giorno successivo. La campagna si rivolge a coloro che fanno della puntualità della consegna una delle chiavi di successo del loro business e, in particolare, alle aziende dei settori moda, automotive e al mondo dei liberi professionisti. La creatività della nuova campagna, declinata in tre soggetti diversi, e realizzata dall'agenzia **Kronomark & Partners**



La creatività che gioca in modo ironico sul claim "Se non arrivi in tempo si vede"

S.p.A., sottolinea in modo ironico l'importanza della puntualità e dell'affidabilità. "Se non arrivi in tempo si vede" recita l'head-

line della comunicazione. La campagna pubblicitaria, per cui è stato previsto un investimento di oltre 1 milione di euro (percen-

tuale in doppia cifra per il web), è stata articolata in due fasi. La prima, da ieri alla fine di luglio 2008, sarà caratterizzata dalla presenza su quotidiani, periodici, stampa specializzata, web e affissioni presso un'area dell'aeroporto di Linate. A metà settembre partirà la seconda tranches che coinvolgerà taxi, treni e attività promozionali sul web, tutto ancora da definire. A questo proposito, Dhl ha lanciato un nuovo sito dedicato a Dhl Express 12:00, **www.dhl-express12.it**, creato per fornire informazioni sul servizio e partecipare a un concorso a premi che sarà attivo fino al 15 dicem-

University.it
IMAGINATION
HAVE YOU EVER THOUGHT ABOUT IT? IN PROGRESS

ART@University.it
Spazio dedicato ai giovani artisti.

University.it
Il portale degli universitari
www.university.it

ADVcompany
Concessionaria pubblicità per i siti University, Libero-news.it, Libero-mercato.it, Tonight.eu, CSI-net.it, Studentville.it
www.advcompany.it

B Project
Web project management.

University.it
Clip on demand e spot televisivi.

University srl • Via San Vittore al Teatro 1 • 20123 Milano
Tel. 0039 02 72008132 • Fax. 0039 02 87382124
www.university.it • info@university.it

PROGETTO DI COMUNICAZIONE FIRMATO ADACTO

Arriva il webgame di Patrizia Pepe

LO SCOPO DEL GIOCO È CREARE IL LOOK PIÙ ADATTO ALLE SITUAZIONI



Un dettaglio tratto dalla home page di Patriziapepe.com

Con "A date with Patrizia Pepe" continua la collaborazione tra **Adacto** e **Patrizia Pepe**: dopo la realizzazione del sito internet e della prima release della community, arriva il "webgame fashion oriented". Oltre alla creatività e allo sviluppo dell'advergame, Adacto ha curato anche il tracking e la misurazione dei risultati. Il webgame nasce a supporto del lancio dell'iniziativa "Patrizia Pepe Beach" relativa alla distribuzione dei prodotti nella rete dei negozi monomarca. Tra gli obiettivi dell'iniziativa, anche l'incremento del database marketing, la fidelizzazione e l'intrattenimento degli utenti iscritti alla community. La grafica del gioco e la meccanica esecu-

tiva sono state studiate per trasmettere un mood estivo; gli scenari di gioco, i personaggi e lo stile Patrizia Pepe creano un mix di divertimento, creatività e glamour che sta coinvolgendo la community in una sfida all'ultima mise. Giocare a "A date with Patrizia Pepe" è semplice: basta collegarsi al sito www.patriziapepe.com, registrarsi alla community e decidere se giocare in modalità single player o multiplayer, sfidando uno degli utenti collegati, con i quali sarà possibile chattare durante la partita. Lo scopo del gioco è creare il look più adatto all'occasione proposta scegliendo tra l'abbigliamento e gli accessori di Patrizia Pepe. Il look scelto viene valutato dal sistema secondo parametri di stile definiti dall'azienda: una specie di marchio di garanzia Patrizia Pepe style. Per rendere ancora più gratificante il gioco sono stati aggiunti numerosi premi - firmati Patrizia Pepe - per i fashion player più attenti allo stile: ci sono in palio kit completi per la spiaggia, un set di borse e, per chi crea community invitando a partecipare i propri amici, una "community bag".

► bre 2008. La campagna online attuale è stata pianificata e declinata da **E3** e punta alla landing page <http://www.dhl-express12.it/lp.php> per massimizzare il ritorno sull'investimento, dal momento che questa pagina presenta immediatamente un form per richiedere informazioni sul servizio DHL Express 12 e contemporaneamente dà massima visibilità al concorso "Mezzogiorno di premi", con i premi in palio e le modalità di partecipazione. Il piano media, per cui E3 ha realizzato sia il planning che il buying, è articolato e gli operatori coinvolti sono: **Tiscali, Yahoo!, Rcs, Niumidia Adv, Tag Advertising, Manzoni, WebSystem, Microsoft Advertising, WebAds, LinkedIn, AdSolutions, Class Editori, Digitalia, SportNetwork, Grafill, Teknoring, AdLink, Edidomus, IlMangione.it, Wind, In-**

telia, Advit, AdPepper, Dada Ad, Buonogiorno!, BusinessFinder, MailClick, Nokia Mobile, TradeDoubler, LavoriPubblici.it e Google. La complessità della pianificazione ha permesso di adottare una moltitudine di strumenti di adv digitale, come la pubblicità tabellare, le Dem e le newsletter, gli sms, i passaggi sulla mobile web tv **La3 Live** e i banner sui mobile site del network **Nokia**. È stata cercata una profilazione dei differenti target professionali attraverso siti b2b e verticali. Al sito ha lavorato l'art director senior **Lorenzo Colombo** mentre la campagna è stata realizzata dagli art director **Giuseppe Cicchitto** e **Daniela Dragonetti**. La programmazione del sito è del web developer **Leonardo Biondi** e tutti i lavori sono stati coordinati dalla project manager **Federica Tacchi**.

Pixel Advertising garantisce le migliori performance e prestigio nel settore Finance. 500.000 contatti mensili sono la testimonianza dell'innovazione e della serietà delle nostre community.

PIXEL
AdvertisingCommunityMedia

Sede di Roma
Via Edoardo D'Onofrio, 98
00155 Roma - Italia
T. +39 06 87.42.06.20
www.pixeladvertising.it • info@pixeladvertising.it

Sede di Milano
Via Abbondio Sangiorgio, 18
20145 Milano - Italia
T. +39 02 89.28.81.50

We can. We care... We com

www.ediforum.it