



» [chi siamo](#) » [cosa facciamo](#)
» [i nostri sondaggi](#)

Cerchi lavoro?  [Trova](#) **Oltre 3.600.000 utenti e 77.000 imprese**

consulta il nostro
ARCHIVIO

[registrati](#)

login

password [vai](#)

15-09-2006

[LE RIVISTE](#)

[:: HOME PAGE](#)

» [LE NOTIZIE DEL GIORNO](#)

22-12-2005

CAMPAGNA VIRALE A CURA DI VERYWEB

Kenwood per Natale si affida al passaparola

Pensiamo a Babbo Natale, la cui antica immagine sobria ed istituzionale è stata ormai sdoganata in tutte le salse possibili dalla pubblicità, che dopo aver provato il nuovo Music Player Kenwood, decide di cambiare vita contagiato da questa nuova musica. E' il nuovo divertente video diffuso in rete dall'azienda produttrice di device musicali e scaricabile all'indirizzo <http://movies.kenwood.it>. Anche questa volta Kenwood, in occasione del Natale, ha deciso di affidare la comunicazione del proprio marchio e dei propri prodotti ad una campagna di viral marketing: il filmato di cui sopra, come altri simili diffusi in precedenza, è disponibile gratuitamente su internet, e chiunque può scaricarlo ed inviarlo ad amici, creando l'atteso effetto passaparola. Il filmato è curato da Veryweb (www.veryweb.it), web agency specializzata in viral web marketing, mentre l'audio (sound fx, musiche originali e mix) è realizzato da Preludio (www.preludio.it). «Da ottobre 2004 Veryweb collabora con Kenwood per quanto riguarda campagne virali il cui oggetto è uno spot video - ha spiegato Luca Giorcelli, socio fondatore di Veryweb e responsabile strategia e direzione creativa della campagna Kenwood -. E' la quinta campagna di questo tipo che realizziamo, spinti anche da successo ottenuto lo scorso Natale, quando un milione e mezzo di utenti hanno guardato il filmato: tra le altre cose, siamo anche in grado di misurare e analizzare l'audience dei nostri prodotti. Veryweb, in quest'attività, ha svolto tre ruoli fondamentali che generalmente vengono affidati a diverse agenzie, ma che noi accorpamo in un'ottica di efficacia strategica e low cost. Oltre al ruolo di agenzia creativa, ci siamo occupati della produzione dei video e del media planning, ovvero dell'inseminazione virale». Inseminazione che, nel gergo tecnico, consiste nel promuovere il prodotto sui siti più in target: «Data la natura del filmato - prosegue Giorcelli - lo abbiamo promosso su alcuni siti di contenuti divertenti dove avremmo potuto incontrare il favore degli utenti: in Italia abbiamo pianificato su bastardidentro.it, in Nordeuropa su ttr2.com nell'Europa dell'Est su cartoonland.de. Il tutto è stato lanciato il 14 dicembre, la campagna di inseminazione (la presenza del link o del filmato "embedded" nei siti di cui sopra) terminerà a due settimane dal lancio, invece la distribuzione del video, essendo un viral, potenzialmente non ha una conclusione. Infine, come dicevo, disponiamo delle tecnologie di tracking per misurare l'audience raggiunta (volume, dinamica temporale, propagazione geografica), il gradimento e l'efficacia dei singoli canali di inseminazione». Oltre al video in questione, un altro a sfondo natalizio ed altri generici sono disponibili su Movies.kenwood.it.

Autore: **Domenico Fabbricini**

Testata: **DailyNet**

 Versione stampabile  Invia ad un amico

[:: HOME PAGE](#)



[Quotidiano del marketing in rete anno V](#)



[Quotidiano della comunicazione via e-mail anno XVII](#)



[Settimanale n° 26 12 settembre 2006 anno XXXVII](#)



[Mensile n° 6 11 luglio 2006 anno V](#)



» [Chi siamo](#) » [Cosa facciamo](#) » [Contattaci](#)

Ediforum s.r.l

Via Pietrasanta 14 Edificio 7 - 20141 Milano tel 02.53598.1 - fax 02.53598247 - p.IVA
06221500157

Manda i comunicati a: redazione@ediforum.it Problemi e segnalazioni a: admin@ediforum.it
Per informazioni sui contenuti web rivolgersi a webcontent@ediforum.it

Site powered by  [Tomato Interactive](#)