



Mercoledì, 20 Settembre 2006

Kenwood: can't stop me!



Assicurati contro furto e incendio? No? Bè, non preoccupatevi, se disgraziatamente la vostra auto dovesse prendere fuoco, non tutto è perduto, soprattutto se avete installato il nuovo impianto audio di **Kenwood**: "Can't stop me!", recita per l'appunto il payoff della campagna di guerriglia ideata per il lancio dell'ultimo nato in casa Kenwood da **G-Com** in collaborazione con l'agenzia **VeryWeb**.

[Continua a leggere](#)

postato da: mrsred alle ore 11:05 | [Link](#) | [commenti](#)
 categoria: [street](#), [guerriglia](#), [brand](#), [viral](#)

CHI SIAMO

Benvenuto sul blog ufficiale di ebolaindustries.com, il primo sito italiano che raccoglie spot virali.

ARCHIVIO

- [oggi](#)
- [settembre 2006](#)
- [agosto 2006](#)
- [luglio 2006](#)
- [giugno 2006](#)
- [maggio 2006](#)

TOPICS

- [advergame](#)
- [advertising](#)
- [advertising](#)
- [ambient](#)
- [blogosfera](#)
- [book reviews](#)
- [brand](#)
- [cannes](#)
- [child exploitation](#)
- [chiuso per ferie](#)
- [conferenza](#)
- [consumer generated advertising](#)
- [consumer generated content](#)
- [consumer generated media](#)
- [customization](#)
- [fashion advertising](#)
- [festival di cannes](#)
- [for adults only](#)
- [fwc 2006](#)
- [guerriglia](#)
- [interactive](#)
- [letture consigliate](#)
- [lonelygirl15](#)
- [marketing](#)
- [materazzi vs zidane](#)
- [mobile tv](#)
- [mobility](#)
- [mostre e manifestazioni](#)
- [movie](#)
- [note tecniche](#)
- [offline](#)
- [online](#)
- [outdoor](#)
- [podcasting](#)
- [riflessioni](#)
- [rss](#)
- [street](#)
- [tmt](#)
- [trailer](#)
- [trend](#)
- [viral](#)
- [viral awareness](#)
- [viral cartoon](#)
- [winner](#)
- [wom](#)

brand campagna della digital dove ipod

Mercoledì, 20 Settembre 2006

Guerriglia per la Croce Rossa Canadese



No, non preoccupatevi, non si è fatto male nessuno, è solo la **nuova campagna ideata per la Croce Rossa Canadese, "Learn First Aid"**, e il messaggio è inequivocabile:



è in continua crescita la necessità di persone che siano in grado di effettuare un primo intervento di pronto

SOCCORSO.

[Continua a leggere](#)

postato da: mrsred alle ore 10:09 | [Link](#) | [commenti](#)
categoria: [advertising](#), [guerriaglia](#)

Martedì, 19 Settembre 2006

Evolution! E cioè: ancora Viral 2.0.



Dopo una caduta da cavallo bisogna subito risalire in sella, dopo una toppata su un post bisogna subito rimettersi a scrivere, per cui... Una cosa che non rinnego del post su lonelygirl15, è l'esigenza di passare a una nuova release del Viral Marketing: il Viral 2.0. Perché chi oggi pensa che sia sufficiente mandare on-line uno spot dai contenuti coraggiosi (tette, scuregge e torte in faccia) è fermo al pleistocene. E non sono certo l'unico ad affermarlo. A parte **Valerio Franco**, che ha appena aperto il suo blog e a cui auguriamo tutto il successo possibile (i contenuti sono già buoni, la grafica migliorerà senz'altro appena

toglierà il template di splinder;-), vi segnalo un post molto interessante uscito l'11 settembre su **viralmeister**. Sintesi: una ricerca fatta da **YouGov** su **Kontraband**, uno dei siti di cazzeggio più trafficati al mondo, ha evidenziato un dato davvero molto interessante: il **53%** dei navigatori che guardano spot virali non si rende conto che sta guardando una pubblicità.

[Continua a leggere](#)

postato da: mrblue1 alle ore 22:18 | [Link](#) | [commenti](#)
categoria: [riflessioni](#), [viral](#), [viral awareness](#)

Martedì, 19 Settembre 2006

Personalizzare il tuo iPod? Oggi puoi grazie ad O'Neill



Ne parlavamo già in precedenti post di customization e della sua rilevanza per le aziende nella conquista del consumatore. Ecco un altro esempio che documenta quanto più volte ribadito. Si tratta della **nuova iniziativa di Mobility Marketing** realizzata da **O'Neill Europa** in collaborazione con **Icemia** e che permette di personalizzare il proprio iPod e il proprio cellulare gratis.

jeans mondo media
prima sempre sito
sono **viral** video



LINKS

- [ad-rag](#)
- [ad.splinder](#)
- [adfreak.com](#)
- [adhunt.com](#)
- [adverblog](#)
- [caymag.com](#)
- [coolhunting.com](#)
- [ebolaindustries.com](#)
- [fluido.wordpress](#)
- [g-com.it](#)
- [googlevideo.blog](#)
- [guerriagliamarketing.it](#)
- [if.psfk](#)
- [imli.com](#)
- [lavapiubianco.com](#)
- [minimarketing.it](#)
- [niniamarketing.it](#)
- [youtube.com](#)

Recent Comments

- [Clown](#) in [Si può forzare il v...](#)
- [utente anonimo](#) in [Lonelygirl15 e Robos...](#)
- [mrsred](#) in [Saveouears.it: fer...](#)
- [mrsred](#) in [Saveouears: il vir...](#)
- [utente anonimo](#) in [Saveouears.it: fer...](#)
- [utente anonimo](#) in [Saveouears: il vir...](#)
- [Markettara](#) in [Saveouears.it: fer...](#)
- [mrsred](#) in [MiAdidas: customised...](#)
- [xmiciuqattix](#) in [MiAdidas: customised...](#)
- [utente anonimo](#) in [Dimmi che ora è?](#)

Contributors

- [mrsred](#)
- [mrblue1](#)
- [mwhite](#)

- [CONTATTAMI](#)
- [IL MIO PROFILO](#)
- [LINKAMI](#)
- [ISCRIVITI](#)
- [RSS 2.0](#)
- [ATOM FEED](#)
- [BLOG POWER BY SPLINDER](#)

5264

[Continua a leggere](#)

postato da: mrsred alle ore 12:38 | [Link](#) | [commenti](#)
categoria: [online](#), [brand](#), [customization](#), [mobility](#)

Martedì, 19 Settembre 2006

Si può forzare il virale?



E' quello che in questi giorni si stanno chiedendo molti tra gli ad-blogger coinvolti in questa interessante iniziativa ideata da **David t. Jones di Adweek's Ad Land** che sta diffondendo in Rete questo viral cartoon, nel quale esso stesso spiega l'intento della sua missione. "You can't just will something to go viral or you can?", voi che ne pensate?

[Continua a leggere](#)

postato da: mrsred alle ore 11:14 | [Link](#) | [commenti \(1\)](#)
categoria: [riflessioni](#), [blogosfera](#), [online](#), [viral](#), [viral cartoon](#)

Lunedì, 18 Settembre 2006

Stop violence against women: la nuova campagna di Amnesty International



Si chiama "**Stop violence against women**" la nuova campagna di **Amnesty International**, realizzata con l'obiettivo di aumentare la sensibilizzazione verso la **violenza domestica** e dimostrare al mondo che questo non è solo un problema privato, ma una violazione dei diritti umani delle donne. Per dar voce a questa importante lotta contro un problema che è diventato sempre



più globale, è stata lanciata in questi giorni una campagna stampa e virale di forte impatto che merita di essere segnalata, e per la giusta causa, e per i suoi contenuti.

[Continua a leggere](#)

postato da: mrsred alle ore 13:54 | [Link](#) | [commenti](#)
 categoria: [riflessioni](#), [advertising](#), [viral](#)

Sabato, 16 Settembre 2006

Lo ammetto: su Lonelygirl15 ho toppato ☹ (mrblue)

Erano diverse settimane che volevo scrivere su Lonelygirl15, ma avevo sempre rimandato per mancanza di tempo. Quando a ebolaindustries è arrivato il filmato di Robosapien, personaggio che avevo già visto sul v-blog di Bree, ho collegato le cose e purtroppo ho dato ascolto a rumors che correvano sulla rete. Così il **12 settembre** mi sono lanciato nella mia riflessione speculativa: molti davano ormai per scontato che lonelygirl15 fosse una bufala, ma nessuno aveva ancora capito bene cosa celasse in realtà. Cinque giorni fa ho scritto che secondo me nascondeva un teaser per un'attività di viral marketing. Ho subodorato l'intento, ma ho sbagliato clamorosamente il committente. Chi ha organizzato la messinscena si è rivelata la più grossa agenzia cinematografica di Hollywood (**CAA**) che voleva sfruttare questo **finto-reality** per future commercializzazioni (addirittura il brand lonelygirl15 era già stato registrato). Dato che su questo argomento ho già preso una cantonata, non intendo dirvi molto altro, solo che l'attrice che interpretava **Bree** si chiama **Jessica Rose**, che è neozelandese e che ha in realtà 25 anni. Gli ideatori della serie sono invece due filmmaker californiani: **Ramesh Flinders** e **Miles Beckett**. Chi volesse saperne di più può leggere il resto su [Wikipedia](#).



[Continua a leggere](#)

postato da: mrblue1 alle ore 18:29 | [Link](#) | [commenti](#)
 categoria: [blogosfera](#), [lonelygirl15](#)

Venerdì, 15 Settembre 2006

Manda anche tu un video tattoo



Oggi è venerdì, per la precisione venerdì pomeriggio ore 17 ed il week end è sempre più vicino. Per questo abbiamo pensato di allietarvi le ultime ore d'ufficio prima del riposo segnalandovi questo divertente **advergame ideato da London New Media Maze per il lancio del nuovo gioco "Crusty Demons"**. In cosa consiste? Semplicissimo! Sembra creato appositamente per il venerdì pomeriggio.

[Continua a leggere](#)

postato da: mrsred alle ore 17:25 | [Link](#) | [commenti](#)
 categoria: [brand](#), [viral](#), [interactive](#), [advergame](#), [advertainment](#)

Giovedì, 14 Settembre 2006

Come si sta evolvendo il virale?



Vi riportiamo un'interessantissima **intervista a Justin Kirby di DMC (Digital Media Communications) condotta da Contagious Magazine** riguardo l'orientamento del **viral marketing per il prossimo futuro**. In particolare, ciò verso cui si sta maggiormente puntando è di realizzare campagne di comunicazione integrata non convenzionale, dove la diffusione di video virali rappresenti una fase della strategia e non l'unica dinamica pianificata. **"A viral should be part of a campaign, not a campaign in itself"** dice Kirby. A testimoniare l'importanza e l'effettiva intenzione di dirigersi verso questo genere di soluzioni, il responsabile di DMC a Londra, ha annunciato la nascita di una "video syndication joint venture" con

la società statunitense **BoldMouth** specializzata in ricerche sul WoM e implementazione di strategie e campagne virali: **"the first viral video syndication network to support video indexing by major search engines and distribution across hundreds of video sites and news sites, including Google News and Yahoo News"**.

[Continua a leggere](#)

postato da: mrsred alle ore 12:26 | [Link](#) | [commenti](#)

categoria: [riflessioni](#), [blogosfera](#), [rss](#), [viral](#), [consumer generated content](#), [consumer generated advertising](#), [consumer generated media](#), [podacsting](#), [viral awareness](#)

Mercoledì, 13 Settembre 2006

E' nato IMligg: il nuovo contenitore di notizie di IMlog



Si chiama **IMligg** il nuovo servizio per gli utenti lanciato dagli amici di **IMlog** agli inizi di settembre. Di cosa si tratta?

Sicuramente di un interessante possibilità in più per interagire con gli utenti e per permettere loro di divenire essi stessi, in un certo qual modo, autori del blog. In che modo? Semplice, segnalando e postando le proprie notizie. Unica limitazione: l'argomento principe

di discussione deve essere, ovviamente, il **marketing** in tutte le sue sfumature.

[Continua a leggere](#)

postato da: mrsred alle ore 10:45 | [Link](#) | [commenti](#)

categoria: [marketing](#), [blogosfera](#), [online](#), [interactive](#), [consumer generated content](#)

[1](#) [2](#) [3](#) [4](#) [5](#) [6](#) [7](#) [8](#) [9](#) [successiva](#) [ultima](#)

template by Splinder