

11 novembre 2008

Togo Guizzo Award: un modo innovativo per comunicare in rete

Categoria: New media



È online il sito www.togo.it dove è possibile farsi consigliare i film "con quel guizzo in più" e dove è possibile votare quelli che sono maggiormente piaciuti. Il giudizio e la votazione è sempre aperta al pubblico che potrà decretare giorno per giorno qual è il film da non perdere, il film da "gustarsi" nel successivo fine settimana. L'innovativa campagna ideata da KETTYDO lega indissolubilmente il brand TOGO al Cinema e lo fa con un'iniziativa che è partita online a ottobre e continuerà nelle sale cinematografiche per tutto il 2009.

"L'obiettivo che il cliente ci ha dato è stato quello di realizzare una campagna di marketing globale che non fosse solo vista dal pubblico, ma anche agita e legata il più possibile a un social environment ben

definito. – ha dichiarato Federico Rocco, CEO di Kettydo – Il Cinema ci è sembrato fosse il luogo pubblico che più naturalmente sposasse i valori e lo stile del Brand Togo. La scelta di MYmovies come partner è venuta in modo del tutto naturale perché in nessuno altro sito il binomio Cinema e Internet è tanto stretto e l'apertura al pubblico, al giudizio e alle recensioni dei navigatori tanto sviluppata. La proposta è piaciuta a MYmovies e il cliente ha approvato la nostra scelta. Abbiamo quindi deciso di procedere insieme in questa campagna che ha come target principale proprio gli amanti del cinema così come recita il pay-off di TOGO, con quel guizzo in più."

Togo consiglia il film da andare a vedere nel fine settimana perché particolare per la trama, per la scenografia, per il finale, per la fotografia o semplicemente perché piacevole, rilassante, emozionante. Insomma si intende accendere con il pubblico un rapporto di fiducia e di comunicazione a due vie con la community e proporre anche una newsletter assolutamente non commerciale, ma piacevole e attesa come la dritta di un amico. Ogni settimana si individuerà, anche grazie alle votazioni del pubblico, quale sarà il film da andare a vedere nel weekend, il film appunto "con quel guizzo in più".

"Questa iniziativa di comunicazione è il classico esempio di come si possano sfruttare i vantaggi di Internet per campagne cross-media che iniziano online e continuano anche fuori dalla Rete. – ha dichiarato Pierpaolo Guidi, direttore di MYads– Il vantaggio principale della comunicazione online è proprio quello di attivare una relazione diretta con il proprio pubblico di riferimento. In MYads ci proponiamo di ideare e proporre altre iniziative analoghe in modo da offrire alle aziende la possibilità di attivare e mantenere una relazione continuativa di scambio e comunicazione one to one con i propri clienti attuali e potenziali.

Internet non è la televisione, non è necessario interrompere la visione di un film per comunicare. Internet consente esattamente l'inverso ossia dà modo ai clienti potenziali di cercarvi e di comunicare con voi. Solo le aziende che riescono ad ascoltare e rispondere fanno la differenza online. L'iniziativa TOGO GUIZZO AWARD va verso questa direzione, dà voce al pubblico, invece di parlare semplicemente con esso."

