

Per aumentare le vendite, il ROI e guadagnare con i vostri siti e Apps, contattateci e scoprite con noi i segreti del performance marketing.

Chiamateci al numero 02919838 o visitate il nostro sito [tradedoubler.com](http://tradedoubler.com)

Tradedoubler

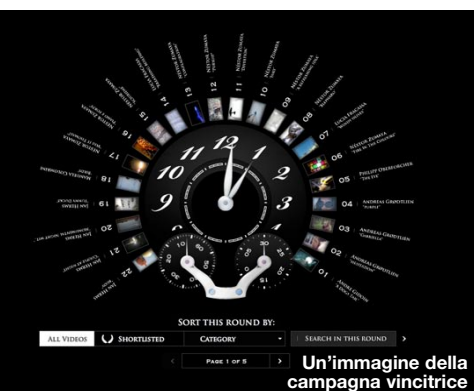
QUOTIDIANO DEL MARKETING IN RETE

Anno X - giovedì 21 giugno 2012 n.114

## PER LA CAMPAGNA "THE BEAUTY OF A SECOND" IDEATA PER MONTBLANC Cannes, argento nei Cyber per Leo Burnett



Giorgio Brenna



Un'immagine della campagna vincitrice

GRAZIE A QUESTO LAVORO L'AGENZIA GUIDATA DA GIORGIO BRENNIA RACCOGLIE QUEST'ANNO IL SESTO LEONE SULLA CROISSETTE **22**

### ● SI AFFIDA A MALCOM TYLER

## Valtur, in fase di valutazione una pianificazione digitale

LA COMUNICAZIONE DEL TOUR OPERATOR, INTERPRETATA DA MARIA GRAZIA CUCINOTTA, POTREBBE ARRIVARE IN RETE **4**

L'ISTITUTO RAFFORZA LA PRESENZA STRATEGICA ONLINE

## Ubi Banca, al via un vasto progetto pubblicitario sul web con DigiTouch

SVILUPPATO UN PIANO CHE PREVEDE IL RICORSO A NUMEROSI STRUMENTI DI ADVERTISING PER INCENTIVARE LE RICHIESTE DI ENJOY E QUI UBI DA PARTE DI CLIENTI E PROSPECT **5**

## SOCIAL TV

## EUROPEI 2012 SOTTO LALENTE

L'evento calcistico è al centro dell'analisi condotta da Art Attack Advertising **16**

### RICERCHE **7**

## MAMME E TECNOLOGIA, INDAGINE DI YAHOO! E STARCOS MEDIAVEST

Sono stati rilasciati in occasione del **Festival di Cannes** i risultati dello studio globale "Brave new moms" condotto dalle due aziende

### SMARTCLIP **8**



## SIGLATA INTESA CON PLAYJAM

Relativa ai più importanti Paesi dell'Europa occidentale

### ESTERO **27**

## WPP, OK ALL'ACCORDO PER ACQUISIRE LA DIGITAL AGENCY AKQA

La sigla continuerà a essere gestita come un marchio autonomo dal proprio chief executive officer **Ajaz Ahmed**

You  
& Tradedoubler

Per aumentare le vendite, il ROI e guadagnare con i vostri siti e Apps, contattateci e scoprite con noi i segreti del performance marketing.

Chiamateci al numero 02919838 o visitate il nostro sito [tradedoubler.com](http://tradedoubler.com)

Tradedoubler

L'ISTITUTO RAFFORZA NEL 2012 LA PROPRIA PRESENZA STRATEGICA IN RETE

## Ubi Banca, vasto progetto pubblicitario online

SVILUPPATO, CON IL SUPPORTO DI DIGITOUCH, UN PIANO CHE PREVEDE NUMEROSI STRUMENTI DI ADV

**U**bi Banca è pronta per il lancio di una serie di iniziative commerciali per tutto il 2012 che coinvolgeranno la clientela attuale e potenziale con meccaniche multicanale a supporto dell'offerta dei prodotti acquistabili online. L'istituto così rafforza e consolida ancor di più la propria presenza online, con l'obiettivo di supportare la piattaforma di Remote Selling per acquistare online la carta **Enjoy** e l'Internet banking **Qui Ubi**. Dal 19 giugno, e in maniera continuativa nei prossimi mesi, è stato attivato un piano di comunicazione online - sviluppato in collaborazione con **DigiTouch**, per incentivare le richieste di carta Enjoy e Qui Ubi da parte di clienti e prospect. Tale piano prevede il ricorso sinergico all'utilizzo coordinato di diversi canali e strumenti quali concorsi a premi in co-marketing con primari partner di settori extra bancari, display advertising e attraverso affiliation, sem, dem e sms

a clienti e prospect, video online su portali ad alta visibilità (es. **Youtube**), applicazioni su social network (es. **Facebook**) e retargeting. Per assicurare continuità alla presenza online del Gruppo, il piano è strutturato per garantire: una pianificazione continuativa di spazi di comunicazione, in particolare tramite i motori di ricerca, banner sui siti di interesse per il target a cui si rivolge l'offerta di Enjoy e Qui Ubi e l'invio di newsletter; l'utilizzo di ulteriori canali e strumenti - in aggiunta a quelli sopra citati - in occasione del lancio di specifiche iniziative commerciali per aumentare l'efficacia della comunicazione, quali concorsi a premi, social network, sms e la pubblicazione di video. Tali iniziative saranno lanciate in corrispondenza del periodo pre-estivo, estivo, autunnale e natalizio. «Con il lancio della piattaforma di Remote Selling del 20 ottobre scorso - commenta **Elisabeth Rizzotti**, responsabile del Retail di Ubi Banca - abbiamo ve-

rificato sul campo l'importanza di essere "always on" con iniziative che coinvolgano gli utenti con un'esperienza multicanale che sia accattivante, semplice e divertente. Per questo abbiamo sviluppato un piano di comunicazione digitale che ricorre a una molteplicità di canali, strumenti e formati, con la convinzione che questo, unitamente alle condizioni esclusive dedicate ai sottoscrittori online, ci aiuti a creare lead di qualità che si trasformeranno in atti di vendita». La prima iniziativa della strategia digitale 2012, denominata "Enjoy Your Summer", sarà valida fino al 29 luglio 2012 e si basa su un concorso in co-marketing con **Nokia** che premia coloro che sottoscriveranno una carta Enjoy tramite Remote Selling con l'estrazione finale di 10 nuovi **Nokia Lumia 610**. Per supportare "Enjoy Your Summer" Ubi Banca ha realizzato: una landing page, disponibile all'indirizzo [Enjoy.ubibanca.com](http://Enjoy.ubibanca.com) dove, oltre al regolamen-

to del concorso, sono evidenziate le principali caratteristiche di carta Enjoy e dello smartphone Nokia Lumia 610; una campagna pubblicitaria sui siti internet del Gruppo e su siti esterni che prevede il ricorso a display advertising, affiliation e retargeting, pubblicazione di banner su siti terzi per raggiungere utenti potenzialmente interessati all'offerta; sem, nello specifico utilizzo dei motori di ricerca, che consente ai navigatori di visualizzare annunci che rimandano al minisito; dem, cioè invio a liste di utenti profilati che abbiano rilasciato il consenso alla ricezione di comunicazioni di carattere commerciale; video, che si traduce in pubblicazione di un filmato su Youtube per diffondere in modo accattivante e "virale" i contenuti dell'offerta; Facebook e Twitter di Nokia, vale a dire pubblicazione di messaggi alle community dei fan di Nokia con l'obiettivo di raggiungere e comunicare l'iniziativa di co-marketing.

autoXY  
Italia

Tutti gli annunci di auto del web  
in una sola ricerca!

Ogni mese più di **600.000** utenti unici  
cercano un'auto su [autoxy.it](http://autoxy.it):

 **1 milione** di visite

 **5 milioni** di pagine viste

 **150.000** utenti registrati



[www.autoxy.it](http://www.autoxy.it)