

Lasciati ispirare  
dal **meglio** del  
**web marketing**



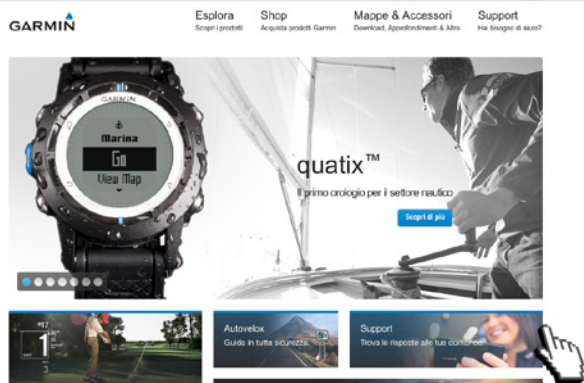
info@be-wizard.com www.be-wizard.com

QUOTIDIANO DEL MARKETING IN RETE

Anno XI - mercoledì 13 febbraio 2013 n.27

## IL MARCHIO LAVORA CON KILLBIT E CON LA RED HOT IDEAS DI PARMA

# Garmin, online tra il 10 e il 15% del budget



TANTO DIGITAL NELLA COMUNICAZIONE DEL BRAND DI NAVIGATORI SATELLITARI, CON UNO SPECIALE OCCHIO DI RIGUARDO AI SOCIAL NETWORK **2**

● A PARTIRE DA LUNEDÌ PROSSIMO  
**Coop, inedita campagna in rete. La firma è di Vml e Phd**

TRATTAMENTO CARTOON PER IL CONCEPT, CHE SARÀ VEICOLATO TRAMITE DISPLAY E DUE VIDEO DA 15" **8**

CREATIVITÀ DI ARMANDO TESTA, MEDIA CURATO DA MAXUS

## Alfa Romeo, internet è il driver della strategia di lancio della nuova 4C

PIANIFICAZIONE AL VIA SUBITO DOPO IL SALONE DI GINEVRA A MARZO, CON UN SECONDO STEP ATTESO A OTTOBRE. PREVISTI FILMATO E BANNER **13**

## AUTOMOTIVE

### JEEP WRANGLER MOAB, WEB ADV

Formati realizzati con la tecnica del camera mapping. Planning da lunedì con **Maxus** **7**

## CONCESSIONARIE 10



### UN NUOVO INCARICO PER NETMEDIACLICK

È stata scelta da **Buone Notizie Communication Farm** per gestire gli spazi pubblicitari di **Buonenotizie.it** e dei magazine digitali **BuoneNotizie** e **MammaMag**

## ESTERO 26



### TWITTER, INTESA CON AMERICAN EXPRESS

L'accordo interessa i "cinghetti a pagamento": i titolari della carta potranno fare acquisti inviando un breve messaggio. Un'iniziativa utile per la raccolta della piattaforma 2.0



Lasciati ispirare dal **meglio** del **web marketing**

### RELATORI

**2013**

**David Sottimano**  
SEO Consultant at  
Distilled

**Avinash Kaushik**  
Digital Marketing Evangelist  
per Google

**John Mueller**  
Webmaster Trends Analyst  
per Google

**Paolo Zanzottera**  
Amministratore Delegato  
ShinyStat

**Hannah Smith**  
SEO Consultant at  
Distilled

**Cindy Krum**  
Mobile Marketing Evangelist  
per Mobile Moxie LLC

**Aleyda Solis**  
Consulente SEO  
....e tanti altri

iscriviti adesso! info@be-wizard.com www.be-wizard.com

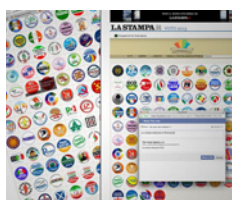
QUOTIDIANO DEL MARKETING IN RETE

ALL'INTERNO DELLO SPECIALE ELEZIONI

## The Visual Agency porta i partiti su La Stampa.it

DAI SIMBOLI SI PUÒ ACCEDERE AI SITI DELLE LISTE

Grazie alla collaborazione tra **La Stampa.it** e **The Visual Agency**, l'agenzia milanese specializza-



ta in data visualization e visual explanation, gli elettori hanno a disposizione un nuovo strumento online per orientarsi nella moltitudine di simboli elettorali. All'interno del ricco Speciale Elezioni realizzato dal quotidiano torinese, infatti, gli utenti possono accedere con un click all'applicazione infografica "Scopri i simboli e i siti dei partiti della tua circoscrizione" che consente di visualiz-

zare gli oltre 180 simboli elettorali che partecipano alle elezioni, fare una ricerca per ciascuna circoscrizione elettorale e suddividerli per Camera e Senato. Scorrendo su ogni simbolo, inoltre, è possibile accedere al sito web del partito e al relativo programma elettorale. L'infografica per le elezioni 2013 è solo l'ultimo dei progetti realizzati da The Visual Agency, che, nata a inizio 2012, ha già convinto, in pochi mesi, clienti del calibro di **Barilla**, **Danone**, **Eni**, **Luxottica**, **Microsoft** e **Pirelli**.

### REALIZZATA DA VML, PIANIFICA PHD Coop, comunicazione online

DA LUNEDÌ PROSSIMO PREVISTI VIDEO E DISPLAY ADVERTISING. Anche quest'anno **Coop** conferma importanti investimenti sul web e lo fa inaugurando un nuovo format di comunicazione creato ad hoc per il canale digitale. Il format, che adotta un trattamento cartoon, ha l'obiettivo di comunicare in modo accattivante e ironico uno dei temi centrali alla strategia di Coop: la qualità e la convenienza dei suoi prodotti a marchio che "prendono vita" diventando così testimonial d'eccezione per i video web. I video rappresentano infatti i prodotti a marchio Coop che si cimentano in divertenti imprese: hula hoop, ginnastica e canto in un caso, gara di muscoli e limbo, con clamore dell'improvvisata platea, nel secondo caso. Alla fine il cartello invita a scegliere i prodotti a marchio Coop perché "Cambiare conviene". La partenza del primo flight è prevista per il 18 febbraio con due video 15" e una campagna web display in coerenza con lo spot tv istituzionale. La campagna è stata realizzata da **Danilo Fragale** (copywriter) e **Alessandro Agnellini** (art director) con la direzione creativa esecutiva di **Vicky Gitto**. Lo sviluppo web è stato curato da **Chiara Beretta** (art director) e **Pushpa Lama** (flash) con la direzione creativa di **Danilo Puricelli** di **Vml**, digital unit di **Young&Rubicam Group**. Pianificazione media a cura di **Phd**.



MEDIAMOND

Ti portiamo qui

Anno XI - mercoledì 13 febbraio 2013 n.27

## GRAZIA.IT



70

19

13

Il media brand dedicato al fashion che da oltre **70 anni fa scuola**, in Italia e con le sue **19 edizioni estere**, mantiene su web il suo stile forte e riconoscibile. In un contesto grafico distintivo, e forte di un network di **13 fashion blogger**, **Grazia** sceglie, racconta e consiglia tutto ciò che è stile, moda e bellezza con una naturale vocazione allo shopping.



MEDIAMOND