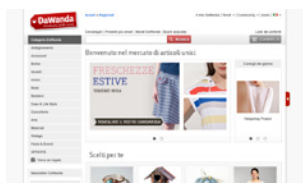


QUOTIDIANO DEL MARKETING IN RETE

Anno XI - martedì 23 luglio 2013 n.137

CAMBIANO DESIGN E FUNZIONALITÀ Nuovo sito per DaWanda

RESO PIÙ SEMPLICE ANCHE IL PROCESSO D'ACQUISTO



DaWanda (www.dawanda.com), il più grande mercato online di prodotti handmade e di design in Europa, lancia, a livello internazionale, il restyling del sito con una fondamentale trasformazione che riguarda sia il design sia le funzionalità. Le novità riguardano il sito web, l'applicazione mobile e l'aspetto del portale. Grazie a questa modernizzazione la piattaforma sarà ancora

più attraente per i venditori, i clienti e per tutti coloro che amano i prodotti fatti a mano, in Italia e in tutta l'Europa. Il sito è adesso "responsive", ovvero creato per adattarsi perfettamente a ogni dispositivo (smartphone, tablet o pc) ottimizzando, in questo modo, la user experience. Inoltre, per una migliore usabilità sono state ampliate le possibilità di filtro e di ricerca nel catalogo che indirizza più velocemente l'utente al prodotto desiderato facilitando il processo di acquisto tra i circa 100 mila prodotti presenti su DaWanda Italia e gli oltre 3milioni di articoli a livello internazionale.

AL VIA IL SOCIALICE TOUR DEL BRAND Corona-Extra con Fuse

MINIPIANIFICAZIONE SU YOUTUBE E USO DEL 2.0

Il tramonto, il mare, la musica e il gusto speciale di **Corona-Extra**: ecco gli ingredienti del **Corona-Extra SocialIce Tour**, la tournée estiva del marchio di birra partita sabato 13 luglio con una prima tappa al Lido di Spina (Ferrara) per approdare a Jesolo (Venezia) il 20 luglio e che proseguirà fino al 28 agosto toccando in tutto 8 importanti località balneari italiane, dall'Alto Adriatico alla Sicilia passando per il litorale laziale e la Riviera Ligure. Una formula di divertimento social allo stato puro, ideata, sviluppata e coordinata per il brand Corona da **Fuse**, divisione di **Omd**, sigla di **Omnicom Media Group**, dedicata ai progetti speciali e a tutte le attività di comunicazione innovative. Un progetto, una strategia di comunicazione unconventional e integrata, un mix di azioni off e online, con il coinvolgimento dei canali social e una minipianificazione su **YouTube**. A supporto dell'attività anche lo speciale team di animatori-cantanti, i "Corona Juke Boys", composto da 5 dei numerosi partecipanti al contest indetto sulla pagina **Facebook** di Corona-Extra nel mese di giugno.

