



PHD Italia presenta Facebook il social network più diffuso in Italia e le sue funzionalità

Un incontro dedicato alle aziende del Veronese per approfondimenti sul famoso social network e come gioco e interazione sociale possano massimizzare l'efficacia della comunicazione on line.

Verona, 17 giugno 2014 – Si è tenuto venerdì pomeriggio a Verona, nella splendida cornice di Palazzo Verità Poeta, l'incontro speciale tra le aziende e Facebook organizzato da PHD Italia, agenzia media e di comunicazione di Omnicom Media Group, con l'obiettivo di approfondire un canale di comunicazione che spesso si pensa di conoscere ma che offre in realtà molte nuove possibilità di coinvolgimento.

L'incontro è stato introdotto da **Marco Girelli, CEO di Omnicom Media Group**, che ha sottolineato l'importanza per le marche di creare storie e sensazioni, relazioni con i consumatori che precedano e seguano il mero momento di acquisto. Questo in un contesto dove il consumatore è diventato produttore di senso, di contenuti, di comunicazione: dove non esistono più autorità costituite, dove ognuno può dire la sua e dove per chi lavora nel marketing e nella comunicazione diventa fondamentale saper ascoltare e raccogliere informazioni per poter offrire prodotti e servizi migliori.

Dichiara Girelli: *"Pur essendo Omnicom Media Group una realtà internazionale, teniamo molto alla valorizzazione degli aspetti della comunicazione locali. Per questo ogni tanto ci piace organizzare degli eventi per facilitare l'incontro tra le aziende e il mercato della comunicazione anche a livello locale, come questa volta a Verona dove PHD ha una sede e diversi clienti forti."* Continua Girelli: *"Le piccole e medie imprese, così come le multinazionali, possono beneficiare oggi di strumenti di comunicazione potenti anche a costi contenuti, grazie alle straordinarie opportunità che la tecnologia ci sta mettendo a disposizione"*.

Dichiara Luca Colombo, Country Manager di Facebook Italia, *"in un mercato in continua evoluzione Facebook Italia raccoglie ogni giorno la sfida dei Big Data, del sovraccarico di informazioni, della sovraesposizione al tutto e subito che il grande progresso tecnologico ci ha messo a disposizione. Il futuro della comunicazione social sta proprio nel saper leggere questi dati per andare incontro alle aspettative del consumatore: la targetizzazione e l'integrazione dei messaggi legati agli interessi delle persone sono parte dell'esperienza quotidiana di navigazione sulla nostra piattaforma."*

All'incontro ha partecipato anche **Valerio Perego, Agency Sales Manager di Facebook**, che ha illustrato le altre possibilità che le aziende hanno di costruire una relazione con il proprio pubblico per la produzione di contenuti: Apps, call to action legate agli interessi degli utenti, possibilità di sfruttare la sinergia con il territorio – attività di grande interesse anche per le aziende più piccole e con forte possibilità di localizzazione.

Infine, il team di Facebook ha illustrato diverse case histories sottolineando le possibilità di sinergia delle attività di comunicazione social e gli altri mezzi, in primis la TV.

Comunicazione insomma più vicina agli interessi e alle passioni del pubblico, più simile ad una forma di intrattenimento. E infatti il secondo tema del pomeriggio è stato proprio il concetto di Gamification.

Il gioco può rappresentare un veicolo di comunicazione molto potente, come ha raccontato, in chiusura, **Vittorio Bucci, Managing Director di PHD Italia**.

“Il solo gioco Call of Duty per esempio raccoglie ogni anno 170 ore di gioco per ogni giocatore... pari a 1 mese di lavoro full-time”, ha spiegato Bucci. Una delle sfide che le aziende devono saper cogliere nell'era del tutto-subito digitale è proprio quella di utilizzare le dinamiche di gioco per informare o educare il consumatore divertendolo.

“Utilizzando le dinamiche di gioco è stato possibile per esempio in poche ore risolvere enigmi scientifici su cui i ricercatori si erano arenati per anni” continua Bucci. Allo stesso modo è possibile veicolare un messaggio pubblicitario o aumentare la produttività dei propri dipendenti.

PHD, lo ricordiamo, è la prima agenzia di comunicazione ad aver introdotto nella sua realtà di lavoro quotidiana un sistema operativo che permette di creare pianificazioni pubblicitarie utilizzando una piattaforma di gioco interattiva che pone tutti i dipendenti in gara tra loro, dimostrando come ogni obiettivo di marketing o di comunicazione possa essere oggi tradotto in una strategia dagli aspetti social divertente, efficace ed efficiente.

Per maggiori informazioni contattare chiara.tescari@omnicommediagroup.com.

About PHD

PHD è un'agenzia media e di comunicazione nota a livello mondiale per la sua capacità di innovare nel planning e buying e portare avanti strategie di comunicazione fortemente differenzianti. Costruita su una cultura della forza del pensiero, la filosofia di PHD è "Finding a Better Way." PHD è una delle agenzie media e di comunicazione più premiate, con oltre 3.000 dipendenti che lavorano in oltre 80 uffici in tutto il mondo. Nominata Global Media Agency of the Year 2013 al Cristal Festival e Global Media Agency of the Year 2012 da Adweek, nel 2013 ha ricevuto il riconoscimento di "Agency of the Year" in 12 paesi, oltre a vincere otto Leoni al Festival di Cannes.

PHD è attiva in Italia con due sedi, Milano e Verona. In coerenza con la filosofia del Network, si contraddistingue per la sua capacità di analizzare e interpretare le nuove tendenze in atto nel mondo dei consumi e per trasformarle in conoscenza in tutte le aree del suo business: dalla strategia, al planning, dal buying alla produzione di contenuti, dal social media al Direct Response.

www.phdmedia.com/Italy

www.phodderglobal.com

About Omnicom Media Group

Omnicom Media Group (OMG) è la divisione media di Omnicom Group Inc. (NYSE: OMC), una società leader a livello mondiale nella comunicazione marketing ed istituzionale, offrendo servizi a più di 5.000 clienti in oltre 100 paesi nel mondo. Omnicom Media Group include tutti i principali servizi media attraverso le Agenzie OMD e PHD, la unit Resolution e numerose realtà specializzate nei vari aspetti della comunicazione.