

Social

DIGITAL Carapelli sceglie **Kiwari** per la viralizzazione del brand Bertolli

Carapelli Firenze ha scelto **Kiwari**, società specializzata nello sviluppo e fornitura di piattaforme per il digital direct marketing, per la realizzazione della campagna di Facebook eCoupon dedicata al brand Bertolli. Un progetto che l'azienda ha integrato nel proprio marketing mix con l'obiettivo di incrementare il numero dei Like sulla pagina ufficiale Facebook, profilare l'utenza e generare store traffic in un'ottica di sell-out. Allo stesso tempo, la campagna di digital couponing agisce sulle leve di branding, viralità e fidelizzazione. Per raggiungere tutti gli obiettivi prefissati, **Kiwari** ha declinato la campagna in due flight. Il primo ha visto l'erogazione di un buono sconto da 1 euro, scaricabile attraverso la Facebook App dedicata, accessibile direttamente dalla fan page ufficiale dell'olio Bertolli o dal sito

www.bertolli.it. Il secondo ha introdotto l'omaggio di un ricettario in formato e-book per gli utenti che hanno invitato altri amici a stampare il buono sconto. Un importante strumento di reward, che incentiva il passaparola tra i consumatori, incrementando il processo di viralità. «Le campagne di eCoupon digitali sono caratterizzate da tempi di distribuzione e fruizione estremamente rapidi, con una media di 6 giorni tra l'inizio e la redemption – commenta Marco Rivosecchi, presidente di **Kiwari**. – Il lavoro realizzato per

Bertolli è stato particolarmente stimolante perché declinato in due flight. Ciò ha permesso di osservare nel tempo trascorso tra una wave e l'altra l'interesse dei consumatori verso i singoli prodotti, ricavandone informazioni utili per la profilazione dell'utenza in un'ottica commerciale». Il know-how maturato in 10 anni di attività è stato uno dei motivi che hanno spinto Carapelli Firenze a scegliere **Kiwari**, first mover in Italia nel settore dell'e-couponing. Il management di Bertolli si è dichiarato soddisfatto dell'iniziativa: i consumatori hanno accolto con grande favore la distribuzione di buoni sconto digitali tramite la Fan Page. Il duplice scopo di incrementare esponenzialmente il numero dei fan e di instaurare un processo di fidelizzazione con la customer base è stato infatti raggiunto.

