

Ariete: la campagna di influencer marketing della linea *Il genio della casa* di Daniela Giannace

Descrizione

TAG: In Evidenza, Innovazione, Marketing, Ariete, arieteilgeniodellacasa, casa, Cucina, Eleonora Brunacci, elettrodomestici, Influencer marketing, Instagram, Paola Di Benedetto

Ariete, lâ?azienda di Campi Bisenzio (FI) che si occupa di **piccoli elettrodomestici** per la cucina e la casa, presenta una campagna di **influencer marketing**. Incentrata quindi sulla linea *Il genio della casa*, la nuova campagna Ã? su Instagram, e vede la partecipazione di diverse celebritÃ? . Lâ?hashtag **#arieteilgeniodellacasa** e i prodotti Ariete sono utilizzati dai testimonial: **Eleonora Brunacci, Costanza Caracciolo, Paola di Benedetto, Alessia Cammarota, Federico Fusca, Simone Finetti**. E anche da: **Nilufar Addati, Mariano Di Vaio, Martina Donegani, Diletta Secco**. I prodotti entrano cosÃ? a far parte della quotidianitÃ? degli influencer, che si impegnano in attivitÃ? di social product placement.

Le dichiarazioni del Direttore Marketing di Ariete

*â?Questâ?anno abbiamo deciso di pianificare una campagna di comunicazione a 360 gradi per coprire tutti i segmenti del funnel. Siamo quindi partiti dallâ?incremento dellâ?awareness per arrivare a massimizzare le conversioni. Dal punto di vista strategico, abbiamo coinvolto la televisione dove siamo on air fino a fine dicembre con spot sia di prodotto che di brand, insieme a una capillare presenza degli influencer che da qui al 20 dicembre realizzeranno post e storie ingaggiando una fanbase da oltre 24 milioni di follower. Il tutto viene supportato da una campagna social volta a massimizzare le conversioni. In sintesi, abbiamo abbinato le varie attivitÃ? in modo convergente per arrivare a toccare tutti i segmenti del funnel stesso e coinvolgere cosÃ? i target di nostro interesse sulle piattaforme che utilizzanoâ? , dichiara **Paolo Laratta, Direttore Marketing di Ariete**.*

Eleonora Brunacci

Le parole del CEO dellâ?agenzia Hoopygang

*â?Lâ?attivitÃ? di scouting Ã? articolata, ma il risultato e il calibro delle personalitÃ? coinvolte nella campagna premiano il lavoro dellâ?agenzia. Ha sfruttato la propria tecnologia proprietaria per simulare la penetrazione dei target mixando diversi profili. Siamo partiti dallâ?esigenza dellâ?azienda di avere un ambassador, un desiderata che, via via, si Ã? trasformato in una serie di celebrity che hanno prestato il loro volto alla campagna. I forti rapporti che Hoopygang ha costruito in questi anni con agenzie di management e talent hanno permesso di realizzare il progetto direttamente con i protagonistiâ? , aggiunge **Simone Pepino, CEO di Hoopygang**.*

E tu trovi sia utile la presentazione dei prodotti Ariete da parte dei testimonial su Instagram?

Hits: 2

L'articolo [Ariete: la campagna di influencer marketing della linea "Il genio della casa"](#) proviene da [CIAOUP News & Advertising Influencer](#).

Categoria

1. MARKETING NEWS

Data di creazione

13 Dicembre 2021

Autore

default watermark