

CON LAYOUTWEB... SI VINCE!

LA WEB AGENCY SI OCCUPA DELL'ORGANIZZAZIONE DI CONCORSI A PREMI, DALL'IDEAZIONE ALLA PROMOZIONE, GRAZIE A UN TEAM DI ESPERTI CHE SUPPORTA LE AZIENDE IN OGNI FASE. TRA LE 'CONQUISTE' DI LAYOUTWEB SPICCANO MAX&CO., TOY G (GRUPPO PINKO) E SIKA.

ORGANIZZARE UN CONCORSO A PREMI DÀ VISIBILITÀ AL PROPRIO MARCHIO, AUMENTA LE VISITE E I CONTATTI ONLINE E FIDELIZZA LA CLIENTELA: SONO ORMAI TANTE LE AZIENDE CHE, CON QUESTA CONSAPEVOLEZZA, HANNO INIZIATO A UTILIZZARE QUESTO PREZIOSO STRUMENTO.

Ma realizzare un concorso non è semplice: piano tecnico, stesura dei regolamenti, gestione dei partecipanti e adempimento delle pratiche burocratiche sono attività che vanno affidate a mani esperte, quelle di uno staff altamente specializzato. Layoutweb è il partner ideale per chi sceglie di intraprendere questa strada per promuovere la propria attività, perché si occupa del concorso a premi dalla fase di ideazione creativa del progetto a quella della promozione. Inoltre, con il sito internet www.concorsi.layoutweb.it, la web agency ha creato una vetrina a cui gli utenti possono rivolgersi per tutte le informazioni sui servizi offerti. Sono diverse le aziende che si sono già affidate a Layoutweb per l'organizzazione e la realizzazione di concorsi a 360 gradi: tra queste MAX&Co., TOY G (Gruppo Pinko) e Sika.

L'ultimo brand, in ordine di tempo, è MAX&Co., che per promuovere la sua nuova collezione di occhiali - e naturalmente attirare sempre più clientela nei numerosi punti vendita - ha affidato alla web agency l'organizzazione del concorso a premi 'I wear my style'. Per il concorso, con termine il 20 dicembre 2012, sono stati messi in palio occhiali MAX&Co. e un weekend a Parigi per due persone ed è stato creato il sito iwear.maxandco.com, dove le utenti possono iscriversi. Gli step sono stati studiati nei minimi dettagli per coinvolgere le partecipanti (e chi le vota) attraverso un meccanismo di preferenze e nomination online e per portarle nei punti vendita dove, con una procedura creata ad hoc, possono aumentare le loro possibilità di vincere.

Anche il marchio TOY G (Gruppo Pinko) si è affidato per il secondo anno consecutivo alle mani esperte di Layoutweb per promuovere le collezioni sia online che nei punti vendita. Insieme alla seconda tranche del concorso 'Note di Stile' (in collaborazione con Nomination Gioielli) e 'Vinci i total look' (che oltre ad attirare persone nei punti vendita vuole indirizzare l'attenzione delle clienti sul catalogo prodotti), dallo scorso settembre c'è una novità: 'Glitter Winter'. Il nuovo concorso consente alle utenti - registrandosi sul sito glitterwinter.toyg.it - di vincere piolini in full paillette griffati TOY G e, come premio finale, un weekend a Londra. Si può vincere sia giocando sul sito, con una slot machine virtuale, che recandosi in punto vendita per ricevere una cartolina 'gratta e vinci'. Le due modalità di gioco sono correlate tra loro e questo costituisce il plus del concorso, che invoglia l'utente a tentare più volte la fortuna sia online che in negozio. Per entrambi i concorsi, Layoutweb si è occupata di gestire ogni passaggio, dalla preparazione del piano tecnico e gli adempimenti burocratici, fino all'intera fetta riguardante la comunicazione, con un piano capillare di attività di PR online, aggiornamento costante sui social network e campagna adv su portali nazionali.

Per Sika Italia - filiale del gruppo svizzero Sika, leader nel campo dei prodotti per l'edilizia - Layoutweb ha ideato il concorso 'La forza del Leader' (che si è concluso a novembre) con l'obiettivo di promuovere la nuova linea di prodotti per la posa e incrementare le registrazioni sul sito www.posa-sika.it. Inserito in un più ampio piano di comunicazione messo a punto dalla web agency, il concorso ha consentito all'azienda di raccogliere un database di utenti in target, proprio grazie al fatto che



DALL'ALTO, I SITI CURATI DA LAYOUTWEB PER I CONCORSI DI MAX&CO., TOY G (GRUPPO PINKO) E SIKA.

fosse riservato a piastrellisti, posatori e, in generale, imprenditori del mondo edile. La dinamica del gioco era semplicissima e veloce: gli utenti dovevano registrarsi sul sito web per poter partecipare all'estrazione del premio finale, un viaggio di sette giorni ai Caraibi per due persone. Anche in questo caso il lavoro di Layoutweb è andato ben oltre l'organizzazione del solo concorso. E come sempre, la comunicazione attraverso i canali giusti ha fatto la differenza: l'advertising è apparso su testate a diffusione nazionale e su portali di settore e la web agency ha curato l'ottimizzazione della campagna AdWords su Google e PayPer-Click su Facebook.