

PERFORMEDIA RICOH

PERFORMEDIA È L'AGENZIA DEL GRUPPO DIGITOUCH SPECIALIZZATA NELLA REALIZZAZIONE DI CAMPAGNE MARKETING CON APPROCCIO PERFORMANCE ORIENTED.

CLIENTE E PROGETTO

Ricoh - Digital Workplace

AZIENDA ASSOCIATA IAB

Performedia è l'agenzia del Gruppo DigiTouch specializzata nella realizzazione di campagne marketing con approccio performance oriented.

CONTESTO

Fondata nel 1936, Ricoh offre software e hardware, servizi documentali e consulenza ad aziende di tutto il mondo e si distingue sul mercato per il suo spirito innovativo e la sua attenzione alla sostenibilità del pianeta. Di solito associata alla produzione di stampanti multifunzionali, Ricoh ha oggi rivoluzionato il modo di lavorare tradizionale, lanciando l'offerta Digital Workplace. Lo spazio di lavoro in mobilità, in ufficio, in riunione diventa unico, grazie alle soluzioni Ricoh che fanno dialogare tutti i dispositivi, permettendo di stampare da remoto, archiviare e consultare documenti, organizzare riunioni e videoconferenze, scambiare informazioni in tempo reale, ad esempio mediante le app e lo Smart Operation Panel. Per il piano di comunicazione online del lancio della nuova proposta commerciale, Ricoh si è affidata a Performedia.

TARGET

Ricoh si rivolge a un target B2B, costituito da aziende di piccole, medie e grandi dimensioni. La comunicazione è stata targettizzata in modo da raggiungere i relativi decision maker.

OBIETTIVI

Ricoh vuole affermarsi sul mercato come azienda all'avanguardia che propone un nuovo modo di lavorare – digital, green, easy e smart – attraverso le sue soluzioni Digital Workplace. La campagna adv è volta a indirizzare traffico di qualità al minisito dedicato e generare contatti di utenti in target che potranno scaricare la guida e/o richiedere maggiori informazioni a un consulente Ricoh.

STRATEGIA DI COMUNICAZIONE

Performedia ha definito e curato un piano media multichannel integrato, che combina in modo sinergico differenti canali e attività per lavorare sia su brand e concept awareness sia sulle performance. Il 25 settembre, a pochi giorni dalla pubblicazione del minisito Ricoh Digital Workplace, l'agenzia ha lanciato la campagna adv online che, attraverso il programmatic, il native adv, l'adv su Google search e display, le DEM e il retargeting, ha accompagnato gli utenti target alla scoperta del nuovo concept lanciato da Ricoh e delle sue opportunità.

La campagna è stata declinata in più soggetti, ciascuno dei quali indirizza su una sezione precisa del minisito: il flight dedicato al concetto di Digital Workplace conduce sull'homepage, dove si può scaricare la guida e vedere una videodemo; i flight con focus su una delle tre soluzioni di Ricoh Digital Workplace - ufficio, mobilità e meeting – e i flight di promo portano invece alla rispettiva sezione dedicata. Il piano media è soggetto a costanti tuning e ottimizzazioni da parte di Performedia, in funzione delle evidenze raccolte on-going e dell'attivazione di A/B test per verificare la combinazione di messaggi/creatività/formati più efficaci sul target.

RISULTATI

Partita il 25 settembre, la campagna proseguirà per tre mesi. I primi 15 giorni di campagna hanno portato oltre 18mila visite al sito web, grazie a oltre nove milioni di impression.

