

RASSEGNA STAMPA

Novembre 2017

Mukako e i migliori brand di giocattoli e prodotti per bambini si uniscono per il Black Friday

Indice

2017.11.21 **DAILY NET**

MUKAKO E I MIGLIORI BRAND DI GIOCATTOLE E PRODOTTI PER BAMBINI INSIEME PER IL PROSSIMO BLACK FRIDAY

2017.11.21 **PUBBLI.COMNOW!**

PERFORMEDIA E GOOGLE PER LA BLACK WEEK DI MUKAKO

2017.11.21 **PUBBLICITA' ITALIA TODAY**

MUKAKO SI AFFIDA A PERFORMEDIA E GOOGLE MARKETING SOLUTIONS PER LA BLACK WEEK

2017.11.21 **YOUMARK.IT**

GRUPPO DIGITOUCH, PERFORMEDIA E GOOGLE INSIEME PER LA STRATEGIA DIGITAL DI MUKAKO IN OCCASIONE DEL BLACK FRIDAY

2017.11.20 **ADVFN.COM**

DIGITOUCH: CON GOOGLE PER STRATEGIA DIGITALE DI MUKAKO

2017.11.20 **CLASSEEDITORI.IT**

DIGITOUCH: CON GOOGLE PER STRATEGIA DIGITALE DI MUKAKO

2017.11.20 **ENGAGE.IT**

PERFORMEDIA E GOOGLE PER LA STRATEGIA DIGITAL DI MUKAKO PER IL BLACK FRIDAY

2017.11.20 **MARKETINSIGHT.IT**

DIGITOUCH (AIM) PERFORMEDIA E GOOGLE SUPPORTANO MUKAKO NELLA BLACK WEEK

2017.11.20 **MEDIAKEY.TV**

MUKAKO E I MIGLIORI BRAND DI GIOCATTOLE E PRODOTTI PER BAMBINI SI UNISCONO PER IL BLACK FRIDAY

2017.11.20 **MILANOFINANZA.IT**

DIGITOUCH: CON GOOGLE PER STRATEGIA DIGITALE DI MUKAKO

2017.11.20 **TGCOM24.MEDIASET.IT**

DIGITOUCH: CON GOOGLE PER STRATEGIA DIGITALE DI MUKAKO

2017.11.20 **WEBSIM.IT**

DIGITOUCH +1% SCOMMETTE SUL BLACK FRIDAY



MUKAKO

In vista del Black Friday, Mukako, l'e-commerce dedicato ai prodotti per bambini lanciato a luglio 2015 da Martina Cusano ed Elisa Tattoni, ha deciso di cavalcare la corsa allo shopping legata a questo evento, attivando una strategia di marketing con promozioni giornaliere per l'intera durata della Black Week. Per l'ideazione e realizzazione dell'iniziativa Mukako si è affidata a Per-

Aziende Mukako e i migliori brand di giocattoli e prodotti per bambini insieme per il prossimo Black Friday

L'innovativa strategia digital è stata realizzata grazie alla collaborazione tra Performedia (DigiTouch) e Google

formedia, centro media del Gruppo DigiTouch, che ha implementato attraverso la collaborazione con il team Google Marketing Solutions un piano media finalizzato all'incremento del 50% di nuovi utenti sul sito mukako.com e all'aumento del 30% delle revenue.

IL PIANO

La strategia media ha

previsto il potenziamento delle attività, dei canali e dei formati performance-oriented, quali il Google Search e il Google Shopping, che sono stati pianificati con bid diversificati in base al device e a seconda della tipologia di pubblico (se nuovo utente o visitatore di ritorno). In aggiunta è stata prevista una pianificazione in programmatic

su DoubleClick Bid Manager con formati display e sono stati attivati gli Ad Customizer, dei nuovi formati advertising da poco sul mercato.

ATTIVATO IL CANALE YOUTUBE

Per dare un boost alla comunicazione della promo, Performedia ha attivato un ulteriore canale di promozio-

ne: YouTube. La campagna di video advertising ha previsto un investimento incrementale del +7% e si è rivolta a liste "In-Market Audiences". A campagna avviata, verrà inoltre introdotto anche il formato video da 6 secondi Bumper Ads che verrà mostrato a quanti avranno visualizzato il video precedente da 15 secondi, permettendo di amplificare lo storytelling su più momenti di comunicazione.



WEB

Performedia e Google per la Black Week di Mukako

In vista del Black Friday, il prossimo 24 novembre, la piattaforma di eCommerce Mukako, dedicata ai prodotti per bambini, ha attivato una strategia di marketing con promozioni giornaliere per l'intera durata della Black Week.

Per l'ideazione e realizzazione dell'iniziativa Mukako si è affidata a Performedia, che ha implementato attraverso la collaborazione con il team Google Marketing Solutions un piano media finalizzato all'incremento del 50% di nuovi utenti sul sito mukako.com e all'aumento del 30% delle revenue. La strategia media ha previsto il potenziamento delle

attività, dei canali e dei formati performance-oriented, quali il Google Search e il Google Shopping, che sono stati pianificati con bid diversificati in base al device e a seconda della tipologia di pubblico (se nuovo utente o visitatore di ritorno). In aggiunta è stata

prevista una pianificazione in programmatic su DoubleClick Bid Manager con formati display e sono stati attivati gli Ad Customizer, dei nuovi formati advertising da poco sul mercato. Il focus della promozione non si è limitato al sito eCommerce del brand ma ha incluso anche uno dei due prodotti Mukako: il MUtale, tavolo multifunzionale in legno con 7 giochi intercambiabili, per la Black Week disponibile in due bundle speciali. Per dare un

boost alla comunicazione della promo, Performedia ha attivato YouTube con una campagna di video advertising che ha previsto un investimento incrementale del +7% e si è rivolta a liste "In-Market Audiences".

A campagna avviata, verrà inoltre introdotto anche il formato video da 6" Bumper Ads che verrà mostrato a quanti avranno visualizzato il video precedente da 15", permettendo di amplificare lo storytelling su più momenti di comunicazione.

DAL 17 AL 27 NOVEMBRE

CASHBACK SU TUTTO!*

Compra 50€ e RICEVI 50€ in buoni regalo

codice regalo: **BACKMUKAKO**

*Ricevi 2 buoni regalo del valore di 25€ da spendere in Giocattoli! Fino al 31/12/2017

BLACK WEEK

PUBBLI NOW!
com

Perfomedia e Google per la Black Week di Mukako

CASHBACK SU TUTTO!*

BLACK WEEK

Il gruppo FS italiane a favore del numero 1522 antiviolenza

FERROVIE ITALIANE

UNA CAMPAGNA AD HOC PER SPINGERE L'E-COMMERCE DEDICATO AI PRODOTTI PER BAMBINI

MUKAKO SI AFFIDA A PERFORMEDIA E GOOGLE MARKETING SOLUTIONS PER LA BLACK WEEK

In vista del Black Friday, **Mukako**, l'e-commerce dedicato ai prodotti per bambini lanciato a luglio 2015 da **Martina Cusano** ed **Elisa Tattoni**, ha attivato una strategia di marketing con promozioni giornaliere per l'intera durata della Black Week. Per l'ideazione e realizzazione dell'iniziativa Mukako si è affidata a **Performedia**, centro media del **Gruppo DigiTouch** (società quotata sul mercato AIM Italia), che ha implementato attraverso la collaborazione

con il team Google Marketing Solutions un piano media finalizzato all'incremento del 50% di nuovi utenti sul sito **mukako.com** e all'aumento del 30% delle revenue. La strategia media ha previsto il potenziamento delle attività, dei canali e dei formati performance-oriented, quali il Google Search e il Google Shopping, che sono stati pianificati con bid diversificati in base al device e a seconda della tipologia di pubblico (se nuovo utente o visitatore di

ritorno). In aggiunta è stata prevista una pianificazione in programmatic su Double-Click Bid Manager con formati display e sono stati attivati gli Ad Customizer, dei nuovi formati advertising da poco sul mercato. Il focus della promozione non si è limitato al sito e-commerce del brand ma ha incluso anche uno dei due prodotti che Mukako ha ideato e sviluppato: il **MUtable**, ovvero un tavolo multifunzionale in legno con 7 giochi intercambiabili. Solo per la Black Week, MUtable è disponibile in due bundle speciali: il pack essential include, oltre a MUtable, una sacca raccogli giochi e due puzzle, al prezzo promozionale di 199 euro e il pack all included comprende oltre a MUtable, tre sacche raccogli giochi, tre side toy holder e 4 puzzle. Per dare un boost alla comunicazione della promo, Performedia ha attivato un ulteriore canale di promozione: You-

Tube. La campagna di video advertising ha previsto un investimento incrementale del +7% e si è rivolta a liste 'In-Market Audiences'. A campagna avviata, verrà inoltre introdotto anche il formato video da 6 secondi Bumper Ads che verrà mostrato a quanti avranno visualizzato il video precedente da 15 secondi, permettendo di amplificare lo storytelling su più momenti di comunicazione. "Abbiamo elevate aspettative di performance legate alla Black Week e siamo felici di aver definito e attivato a quattro mani insieme a Performedia delle azioni tattiche che ci permetteranno di sfruttare al meglio un periodo dell'anno così caldo per il mercato dell'e-commerce. Ci siamo dati obiettivo congiunto una crescita a 3 digit yoy sul periodo della Black Week e siamo ora in campo per giocare la partita", commenta Martina Cusano, co-founder di Mukako.



Martina Cusano



blackmamba
the production hub

youMARK!

Cerca Tutto il sito

YOUMARK

RUBRICHE

VIDEOPAGINE DELLA COMUNICAZIONE

SOCIAL MAP

DOMANDE E OFFERTE

AGENDA

BELOW E DINTORNI

COSA CAMBIA

DATI E MERCATO

ENGAGEMENT

IMMAGINI, VIDEO, SUONO

INTERVISTE

MEDIA E PIANIFICAZIONE

GLI EBOOK DI YOUMARK

RUBRICHE / MEDIA E PIANIFICAZIONE

GRUPPO DIGITOUCH, PERFORMEDIA E GOOGLE INSIEME PER LA STRATEGIA DIGITAL DI MUKAKO IN OCCASIONE DEL BLACK FRIDAY

Pubblicato nel 2017

In vista del Black Friday, Mukako, ecommerce dedicato ai prodotti per bambini lanciato a luglio 2015 da Martina Cusano ed Elisa Tattoni, ha attivato una strategia di marketing con promozioni giornaliere per l'intera durata della Black Week.

Per l'ideazione e realizzazione dell'iniziativa, Mukako si è affidata a Performedia, centro media del Gruppo DigiTouch (società quotata sul mercato AIM Italia), che ha implementato attraverso la collaborazione con il team Google Marketing Solutions un piano media finalizzato all'incremento del 50% di nuovi utenti sul sito mukako.com e all'aumento del 30% delle revenue.

La strategia media ha previsto il potenziamento delle attività, dei canali e dei formati performance-oriented, quali il Google Search e il Google Shopping, che sono stati pianificati con bid diversificati in base al device e a seconda della tipologia di pubblico (se nuovo utente o visitatore di ritorno). In aggiunta è stata prevista una pianificazione in programmatic su DoubleClick Bid Manager con formati display e sono stati attivati gli Ad Customizer, dei nuovi formati advertising da poco sul mercato.

Il focus della promozione non si è limitato al sito e-commerce del brand ma ha incluso anche uno dei due prodotti che Mukako ha ideato e sviluppato: il Mutable, ovvero un tavolo multifunzionale in legno con 7 giochi intercambiabili. Solo per la Black Week, Mutable è disponibile in due bundle speciali. Per dare un boost alla comunicazione della promo, Performedia ha attivato un ulteriore canale di promozione: YouTube. La campagna di video advertising ha previsto un investimento incrementale del +7% e si è rivolta a liste 'In-Market Audiences'. A campagna avviata, verrà inoltre introdotto anche il formato video da 6 secondi Bumper Ads che verrà mostrato a quanti avranno visualizzato il video precedente da 15 secondi, permettendo di amplificare lo storytelling su più momenti di comunicazione.

Share

Send

0 Comments

Sort by Newest

ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER

la tua mail

VAI >



blackmamba
the production hub

www.blackmambaproductions.it
vimeo.com/blackmamba

K¹¹



Movie Magic International

am
Mercurio Cinematografica

ARCHIVIO



20/11/2017 11:36:55

0422 1695358

Iscrizione Gratuita

Login

Monitor

Quotazioni

Grafici

Book

Desktop

Portafoglio

Notifiche

Toplist

Notizie

Follow Feed

Forum

Titoli di Stato

Materie Prime

Forex

B

Panoramica

CFD

Rating

Ricerca Quotazioni



Quotazione

Grafico

Book

Ordini

Notizie

Dividendi

Bilanci

Storico

Digitouch (BIT)

BIT:DGT

Ok

Digitouch: con Google per strategia digitale di Mukako

Data : 20/11/2017 @ 11:22

Fonte : MF Dow Jones (Italiano)

Titolo : Digitouch (DGT)

Quotazione : + 1.321 0.034 (2.64%) @ 11:18

[Quotazione Digitouch](#)[Grafico](#)

Digitouch: con Google per strategia digitale di Mukako

In vista del Black Friday, Mukako, e-commerce dedicato ai prodotti per bambini lanciato a luglio 2015 da Martina Cusano ed Elisa Tattoni, ha deciso di attivare una strategia di marketing con promozioni giornaliere per l'intera durata della Black Week.

Per l'ideazione e realizzazione dell'iniziativa, spiega una nota, Mukako si è affidata a Performedia, centro media del Gruppo Digitouch (società quotata sul mercato Aim Italia), che ha implementato attraverso la collaborazione con il team Google Marketing Solutions un piano media finalizzato all'incremento del 50% di nuovi utenti sul sito mukako.com e all'aumento del 30% dei ricavi.

com/fus

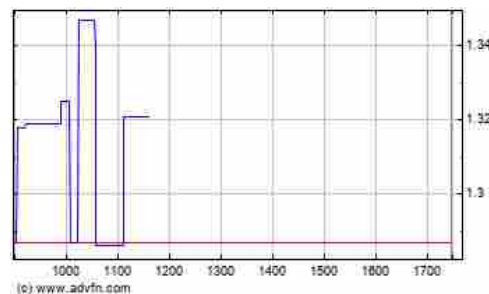
(END) Dow Jones Newswires

November 20, 2017 05:07 ET (10:07 GMT)

Copyright (c) 2017 MF-Dow Jones News Srl.

Grafico Azioni Digitouch (BIT:DGT) Intraday

Oggi : Lunedì 20 Novembre 2017



La tua Cronologia



Le azioni che visualizzerai appariranno in questo riquadro, così potrai facilmente tornare alle quotazioni di tuo interesse.

Registrati ora per creare la tua watchlist personalizzata in tempo reale streaming.

[CREA LA TUA WATCHLIST PERSONALIZZATA >](#)



Home Page

- Chi siamo
- Contatti
- Mailing List
- Investor Relation
- Bilanci annuali
- Comunicati stampa
- Partnership

I prodotti di Class Editori

- Newspaper
- Periodici
- Class Digital System
- Le TV di Class
- GO TV
- Radio
- Editoria Elettronica

 **Inglese**

Pubblicità

Maggiori informazioni

Abbonamenti

Maggiori informazioni

La casa editrice leader nell'informazione finanziaria, nel lifestyle, nella moda e nel lusso per l'upper class

Ultime notizie a cura di MF-DowJonesNews

Digitouch: con Google per strategia digitale di Mukako

MILANO (MF-DJ)--In vista del Black Friday, Mukako, e-commerce dedicato ai prodotti per bambini lanciato a luglio 2015 da Martina Cusano ed Elisa Tattoni, ha deciso di attivare una strategia di marketing con promozioni giornaliere per l'intera durata della Black Week. Per l'ideazione e realizzazione dell'iniziativa, spiega una nota, Mukako si e' affidata a Performedia, centro media del Gruppo Digitouch (societa' quotata sul mercato Aim Italia), che ha implementato attraverso la collaborazione con il team Google Marketing Solutions un piano media finalizzato all'incremento del 50% di nuovi utenti sul sito mukako.com e all'aumento del 30% dei ricavi. com/fus (fine) MF-DJ NEWS 11:07 20 nov 2017

I siti Web di Class Editori

Milano Finanza	ItaliaOggi	Class Life	MFfashion.it	MFUI	Global Finance
ClassHorse.TV	RadioClassica	Fashion Summit	Classpubblicita'	Guide di Class	

Cerca su Engage



20/11/2017

[Campagne](#) [Media](#) [Tecnologia](#) [Aziende](#) [Agenzie](#) [Datacenter](#) [Eventi](#) [Mobile](#) [Social](#) [Ricerche](#)[Agenda](#) [Jobs](#) [Privacy](#) [Contatti](#)

■ CAMPAGNE

Performedia e Google per la strategia digital di Mukako per il Black Friday

La campagna il potenziamento delle attività, dei canali e dei formati performance oriented oltre una pianificazione in programmatic e video advertising su YouTube

di **Caterina Varpi** 20 novembre 2017



Annarita Olivieri

In vista del **Black Friday**, **Mukako**, l'e-commerce dedicato ai prodotti per bambini lanciato a luglio 2015 da Martina Cusano ed Elisa Tattoni, ha deciso di attivare una strategia di marketing con promozioni giornaliere per l'intera durata della Black Week. Per l'ideazione e realizzazione dell'iniziativa la piattaforma si è affidata a **Performedia**, centro media del Gruppo DigiTouch, che ha implementato attraverso la collaborazione con il team **Google Marketing Solutions** un piano media finalizzato all'incremento del 50% di nuovi utenti sul sito mukako.com e all'aumento del 30% delle revenue.

Ultimi Articoli

■ CAMPAGNE

FattureInCloud.it, primo spot tv con il comico Pucci. Firma PI&C

■ AGENZIE

Alkemy, via libera dei soci alla quotazione sull'Aim. Roadshow da lunedì

■ MEDIA

21st Century Fox, non solo Disney: ecco gli altri pretendenti

■ AGENZIE

EY continua a investire nella comunicazione: vicina l'acquisizione di Applix

PROGRAMMATIC ITALIA

PubMatic, accordo con Adelphic per la supply path optimization

■ MOBILE ■ SOCIAL

Facebook: nuova app per i videomaker. Ecco Creator

La strategia media ha previsto il **potenziamento delle attività, dei canali e dei formati performance oriented**, quali il Google Search e il Google Shopping, che sono stati pianificati con **bid diversificati in base al device e a seconda della tipologia di pubblico**. In aggiunta è stata prevista una **pianificazione in programmatic su DoubleClick Bid Manager con formati display** e sono stati **attivati gli Ad Customizer**, dei nuovi formati advertising da poco sul mercato.

Il focus della promozione non si è limitato al sito e-commerce del brand ma ha incluso anche uno dei due prodotti che Mukako ha ideato e sviluppato: il **MUtable**, ovvero un tavolo multifunzionale in legno con 7 giochi intercambiabili, disponibile in due bundle speciali. Per dare un boost alla comunicazione della promo, Performedia ha attivato un **ulteriore canale di promozione: YouTube**. La campagna di **video advertising** ha previsto un **investimento incrementale del +7%** e si è rivolta a **liste In-Market Audiences**. A campagna avviata, verrà inoltre introdotto anche il **formato video da 6 secondi Bumper Ads** che verrà mostrato a quanti avranno visualizzato il video precedente da 15 secondi, permettendo di amplificare lo storytelling su più momenti di comunicazione.

«Abbiamo elevate aspettative di performance legate alla Black Week e siamo felici di aver definito e attivato a quattro mani insieme a Performedia delle azioni tattiche che ci permetteranno di sfruttare al meglio un periodo dell'anno così caldo per il mercato dell'e-commerce. Ci siamo dati obiettivo congiunto una crescita a 3 digit yoy sul periodo della Black Week e siamo ora in campo per giocare la partita», commenta **Martina Cusano**, co-founder di Mukako.



Martina Cusano

«La ricorrenza del Black Friday è diventata un'occasione imprescindibile per il mondo e-commerce. Un'occasione che va però preparata con estrema attenzione a livello di marketing e promozione. Il supporto di Google è stato fondamentale, perché ci ha permesso di implementare la strategia più efficace per Mukako», commenta **Annarita Olivieri**, Managing Director di Performedia.

«Come Google Marketing Solutions il nostro compito è quello di aiutare le

■ MEDIA

FcInterNews.it, accordo con InterFanTV per un polo di informazione sull'Inter

PROGRAMMATIC ITALIA

Quali sono le soluzioni martech che aumentano il ROI?

■ CAMPAGNE

Enel Energia, l'offerta "Giusta X te" è on air e online

■ CAMPAGNE

Pagomeno va online con la campagna sul Black Friday. Firma BCube

aziende italiane nel loro percorso di trasformazione digitale e innovazione. Lavorare al fianco dei partner è fondamentale per metterli nelle condizioni di essere pronti ad affrontare tutte le sfide ed i cambiamenti che nel nostro mercato sono in continua evoluzione. In questo caso, assieme a Performedia e Mukako, abbiamo cavalcato il fenomeno del Black Friday che negli ultimi anni ha avuto delle crescite molto forti nel mercato Italiano», commenta **Alberto Frasarin**, Head Of Google Marketing Solutions Italy.



Alberto Frasarin

Sullo Stesso Argomento:



Pagomeno va online con la campagna sul Black Friday. Firma BCube



Google lancia il programma di workshop Food for Digital Thinking

Home > Segmenti > AIM > DigiTouch (AIM) – Performedia e Google supportano Mukako nella Black Week

Segmenti AIM Settori Tecnologia

DIGITOUCH (AIM) – PERFORMEDIA E GOOGLE SUPPORTANO MUKAKO NELLA BLACK WEEK

20/11/2017

4

Performedia, il centro media del Gruppo DigiTouch, ha supportato l'e-commerce Mukako, specializzato in prodotti per bambini, nell'ideazione e nella realizzazione di una strategia di marketing per la settimana del Black Friday. Il piano media implementato attraverso la collaborazione con il team Google Marketing Solutions è finalizzato all'incremento del 50% di nuovi utenti sul sito mukako.com e all'aumento del 30% delle revenue.

La strategia media ha previsto il potenziamento delle attività, dei canali e dei formati performance oriented, quali il Google Search e il Google Shopping, che sono stati pianificati con bid diversificati in base al device e alla tipologia di pubblico. In aggiunta è stata prevista una pianificazione in programmatic su DoubleClick Bid Manager con formati display e sono stati attivati gli Ad Customizer, dei nuovi formati advertising da poco sul mercato.

Per dare un boost alla comunicazione della promo, Performedia ha attivato un ulteriore canale di promozione: YouTube. La campagna di video advertising ha previsto un investimento incrementale del +7% e si è rivolta a liste "In-Market Audiences".

AZIENDE DigiTouch

CONDIVIDI



Facebook



Twitter

Lettera all'Investitore



BANCA SISTEMA – SVILUPPO E
DIVERSIFICAZIONE CON
MARGINI IN PROGRESSO

20/11/2017



ORSERO – RAFFORZARE LA
DISTRIBUZIONE PER UN FUTURO
DALLE SOLIDE PROSPETTIVE

13/11/2017



PIAGGIO – CRESCERE IN EUROPA
E IN ASIA CON UN OCCHIO DI
RIGUARDO ALL'INDIA

06/11/2017

Analisi e Approfondimenti:



FERRAGAMO – IMPORTANTE
LIVELLO, MA LE STIME DI
CONSENSUS SEMBRANO A
RISCHIO

15/11/2017



MERCATI – LE VALUTAZIONI
ELEVATE AMPLIFICANO LE
REAZIONI SUI TITOLI

09/11/2017



CREVAL – IL PIANO 2018/20 PER
TORNARE A UNA REDDITIVITÀ
SOSTENIBILE

08/11/2017

Editoriali:



20 novembre 2017

Mukako e i migliori brand di giocattoli e prodotti per bambini si uniscono per il Black Friday

Categoria: Comunicazione online, siti e concorsi web



In vista del Black Friday, Mukako, l'e-commerce dedicato ai prodotti per bambini lanciato a luglio 2015 da Martina Cusano ed Elisa Tattoni, ha deciso di cavalcare la corsa allo shopping legata a questo evento, attivando una strategia di marketing con promozioni giornaliere per l'intera durata della Black Week. Per l'ideazione e realizzazione dell'iniziativa Mukako si è affidata a Performedia, centro media del Gruppo DigiTouch (società quotata sul mercato AIM Italia), che ha implementato attraverso la collaborazione con il team Google Marketing Solutions un piano media finalizzato all'incremento del 50% di nuovi utenti sul sito mukako.com e all'aumento del 30% delle revenue.

La strategia media ha previsto il potenziamento delle attività, dei canali e dei formati performance-oriented, quali il Google Search e il Google Shopping, che sono stati pianificati con bid diversificati in base al device e a seconda della tipologia di pubblico (se nuovo utente o visitatore di ritorno). In aggiunta è stata prevista una pianificazione in programmatic su DoubleClick Bid Manager con formati display e sono stati attivati gli Ad Customizer, dei nuovi formati advertising da poco sul mercato. Il focus della promozione non si è limitato al sito e-commerce del brand ma ha incluso anche uno dei due prodotti che Mukako ha ideato e sviluppato: il MTable, ovvero un tavolo multifunzionale in legno con 7 giochi intercambiabili. Solo per la Black Week, MTable è disponibile in due bundle speciali: il pack essential include, oltre a MTable, una sacca raccogli giochi e due puzzle, al prezzo promozionale di 199€ e il pack all included comprende oltre a MTable, tre sacche raccogli giochi, tre side toy holder e 4 puzzle.

Per dare un boost alla comunicazione della promo, Performedia ha attivato un ulteriore canale di promozione: YouTube. La campagna di video advertising ha previsto un investimento incrementale del +7% e si è rivolta a liste "In-Market Audiences". A campagna avviata, verrà inoltre introdotto anche il formato video da 6 secondi Bumper Ads che verrà mostrato a quanti avranno visualizzato il video precedente da 15 secondi, permettendo di amplificare lo storytelling su più momenti di comunicazione.

«Abbiamo elevate aspettative di performance legate alla Black Week e siamo felici di aver definito e attivato a quattro mani insieme a Performedia delle azioni tattiche che ci permetteranno di sfruttare al meglio un periodo dell'anno così caldo per il mercato dell'e-commerce. Ci siamo dati obiettivo congiunto una crescita a 3 digit yoy sul periodo della Black Week e siamo ora in campo per giocare la partita», commenta Martina Cusano, co-founder di Mukako.

«La ricorrenza del Black Friday è diventata un'occasione imprescindibile per il mondo e-commerce. Un'occasione che va però preparata con estrema attenzione a livello di marketing e promozione. Il supporto di Google è stato fondamentale, perché ci ha permesso di implementare la strategia più efficace per Mukako», commenta Annarita Olivieri, Managing Director di Performedia.

«Come Google Marketing Solutions il nostro compito è quello di aiutare le aziende Italiane nel loro percorso di trasformazione digitale e innovazione. Lavorare al fianco dei partner è fondamentale per metterli nelle condizioni di essere pronti ad affrontare tutte le sfide ed i cambiamenti che nel nostro mercato sono in continua evoluzione. In questo caso, assieme a Performedia e Mukako, abbiamo cavalcato il fenomeno del Black Friday che negli ultimi anni ha avuto delle crescite molto forti nel mercato Italiano», commenta Alberto Frasarini, Head Of Google Marketing Solutions Italy.

« [American Airlines annuncia il...](#) [Nominati i vincitori di "Zooppa..."](#)
[-> Indietro a: News](#)

GLI OPERATORI
DELLA
COMUNICAZIONE

SILVANO GUIDONE
& ASSOCIATI

SOTTOSOPRA

STUDIO WIKI

TEND

TICIA ARIGO
ADVERTISING

TIMMAGINE

TRUE COMPANY

WE ARE SOCIAL

ZERO

AGENZIE MEDIA

MAXUS

MEDIA ITALIA

ZENITH

CASE DI
PRODUZIONE
AUDIO

DISC TO DISC
CLICCA QUI PER
VEDERE TUTTI GLI
OPERATORI

Questo sito contribuisce alla audience di

MilanoFinanza ItaliaOggi MF Fashion Class Life CC&C ClassAbbonamenti MF CENTRALE RISK

articoli quotazioni video Cerca

MF ONLINE MILANO FINANZA CNBC

GIORNALE & TV-PRIMI IN BUSINESS & FINANZA

Accedi | Registrati | Abbonati

Newsletter Status Utente

Lunedì 20 Novembre 2017 - Ore 12:05

Home Edicola Italia Europa Mondo MF DJ Mercati Strumenti In Gestione Tecnologia Lifestyle MF AIM News Investimenti Live TV

NEWS

20/11/2017 11:07

TUTTE LE NEWS INDIETRO

MF DOW JONES

Digitouch: con Google per strategia digitale di Mukako



VOTA ★★★★★ 0 VOTI

MILANO (MF-DJ)--In vista del Black Friday, Mukako, e-commerce dedicato ai prodotti per bambini lanciato a luglio 2015 da Martina Cusano ed Elisa Tattoni, ha deciso di attivare una strategia di marketing con promozioni giornaliere per l'intera durata della Black Week. Per l'ideazione e realizzazione dell'iniziativa, spiega una nota, Mukako si è affidata a Performedia, centro media del Gruppo Digitouch (società quotata sul mercato Aim Italia), che ha implementato attraverso la collaborazione con il team

Google Marketing Solutions un piano media finalizzato all'incremento del 50% di nuovi utenti sul sito mukako.com e all'aumento del 30% dei ricavi. com/fus (fine) MF-DJ NEWS



strategia Black Week Mukako Google Marketing Solutions Gruppo Digitouch Black Friday

Potrebbero interessarti anche

cerca case e appartamenti

Inserisci comune

TROVA

Le News più lette

Tutte

1. Hai un dubbio? Chiedere a Google è una pessima idea. Ecco perché

20/11/2017

2. Piazza Affari in calo in attesa di Draghi, bene Mediaset

20/11/2017

3. Creval, divieto di vendita allo scoperto. Titolo sospeso

20/11/2017

4. FtseMib future: spunti operativi per lunedì 20 novembre

20/11/2017

5. Merkel in crisi? Forse male per l'euro ma bene per Italia e spread

20/11/2017

Le News piu' commentate

Tutte

1. Dax future: supporto di breve termine a 12.850 punti

17/11/2017

2. Dax future: supporto di breve termine a 12.850 punti

16/11/2017

3. Dax future: resistenza grafica a 13.500 punti

09/11/2017

4. Dax future: test con la soglia psicologica dei 13.000 punti

15/11/2017

> [Tgcom24](#) > [Economia](#) > [News d'agenzia](#) > [Digitouch: con Google per strategia digitale di Mukako](#)

Quotazioni Borsa

News d'agenzia

Mf-Dow Jones

Caldissime MF

Focus Ipo

Commenti Borsa

Comm. Borse Estere

Indici Borse estere

Fondi comuni

Euro e valute

Tassi

Fisco

Petrolio

In collaborazione con 

Cerca Titoli

Milano - Azioni *

Invia

Note sull'utilizzo dei dati

MF-DOW JONES NEWS

< Indietro

DIGITOUCH: CON GOOGLE PER STRATEGIA DIGITALE DI MUKAKO

20/11/2017 11:07

MILANO (MF-DJ)--In vista del Black Friday, Mukako, e-commerce dedicato ai prodotti per bambini lanciato a luglio 2015 da Martina Cusano ed Elisa Tattoni, ha deciso di attivare una strategia di marketing con promozioni giornaliere per l'intera durata della Black Week. Per l'ideazione e realizzazione dell'iniziativa, spiega una nota, Mukako si e' affidata a Performedia, centro media del Gruppo Digitouch (societa' quotata sul mercato Aim Italia), che ha implementato attraverso la collaborazione con il team Google Marketing Solutions un piano media finalizzato all'incremento del 50% di nuovi utenti sul sito mukako.com e all'aumento del 30% dei ricavi. com/fus (fine) MF-DJ NEWS

Strumenti

Stampa

Condividi

Invia

Ricerca avanzata News

Help

Le News piu' lette

1. Merkel affossa l'euro. Asia in rosso 20/11/2017
2. BORSE UE: avvio visto in calo per azionario europeo 20/11/2017
3. Banche: per prime 7 italiane utili stabili a 1,8 mld (Mi.Fi.) 20/11/2017
4. BORSA: avvio in rosso per azionario, focus su B.Carige 20/11/2017
5. BORSA: commento di preapertura 20/11/2017

pubblicità

TITOLI CALDI

Titoli caldi Websim

↑ DIGITOUCH +1%

DIGITOUCH +1% Scommette sul Black Friday

20/11/2017 17:18

Digitouch [DGT.MI], gruppo attivo nel digital marketing su dispositivi in mobilità, si avvia a chiudere in rialzo di circa un punto, a inizio seduta guadagnava il 3%.

Da inizio anno +11%.

In vista del Black Friday, **Mukako**, l'e-commerce dedicato ai prodotti per bambini lanciato a luglio 2015 da Martina Cusano ed Elisa Tattoni, ha deciso di cavalcare la corsa allo shopping legata a questo evento, attivando una strategia di marketing con promozioni giornaliere per l'intera durata della settimana.

Per l'ideazione e realizzazione dell'iniziativa Mukako si è affidata a **Performedia**, centro media del Gruppo DigiTouch, che ha implementato attraverso la collaborazione con il team Google Marketing Solutions un piano media finalizzato all'incremento del 50% di nuovi utenti sul sito mukako.com e all'aumento del 30% delle vendite.

La strategia media ha previsto il potenziamento delle attività, dei

canali e dei
formati
performance-
oriented, quali
il Google
Search e il
Google
Shopping, che
sono stati
pianificati con

GRUPPO
DIGITOUCH