

DIGITOUCH AGENCY

OPEN FIBER

DIGITOUCH AGENCY È IL CENTRO MEDIA STORICO DEL GRUPPO DIGITOUCH, UNO DEI PRINCIPALI PLAYER INDIPENDENTI ITALIANI ATTIVO NEL DIGITAL MARKETING E QUOTATO SUL MERCATO AIM ITALIA.

CLIENTE E PROGETTO

Open Fiber – Lancio del brand sulla città di Bologna.

AZIENDA ASSOCIATA IAB

DigiTouch Agency è il centro media storico del Gruppo DigiTouch, uno dei principali player indipendenti italiani attivo nel digital marketing e quotato sul mercato AIM Italia.

CONTESTO

Open Fiber è il player con la più diffusa rete italiana in fibra ottica in modalità FTTH, con velocità fino a 1 gigabit per secondo sia in download che in upload e che arriva direttamente all'interno delle case e delle imprese. A giugno ha lanciato la sua offerta nella città di Bologna e ha affidato a DigiTouch Agency il progetto di comunicazione.

TARGET

Gli abitanti di Bologna e delle zone limitrofe.

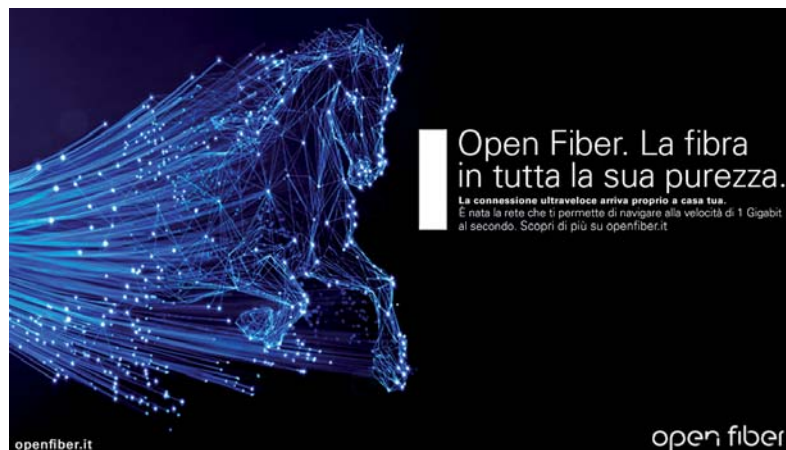
OBIETTIVI

Far conoscere a tutti i cittadini di Bologna e dintorni il brand Open Fiber, l'unicità della sua offerta e la promozione dedicata al fine di favorire le sottoscrizioni al servizio.

STRATEGIA DI COMUNICAZIONE

Il connubio di obiettivi branding e performance ha spinto l'agenzia a delineare e realizzare un progetto di comunicazione omnichannel, basato su una strategia geolocal, su una pianificazione media online e offline e sullo sviluppo di un'iniziativa speciale sul territorio che ha registrato oltre 5mila presenze.

Lanciata il 19 giugno con una prima fase teaser sui media (on e offline), la campagna di comunicazione è proseguita con lo sbarco del brand Open Fiber a Bologna e l'invito a partecipare il 14 luglio a una serata speciale sponsorizzata da Open Fiber nell'ambito della rassegna Sotto le Stelle del Cinema, organizzata dalla Cineteca di Bologna in Piazza Maggiore. In occasione dell'evento DigiTouch Agency ha realizzato - in collaborazione con il proprio partner di fiducia locale Nimai Digital Company - una proiezione di video-mapping sui palazzi affacciati sulla piazza, con l'obiettivo di raccontare in modo emozionale il brand Open Fiber, l'unicità della sua offerta e le città italiane nelle quali è già una realtà o sta per essere attivato. Per omaggiare i cittadini bolognesi, Open Fiber ha annunciato che i primi sei mesi sarebbero stati gratuiti per quanti avrebbero sottoscritto l'offerta entro il 12 agosto. Avendo registrato un notevole successo, l'iniziativa è stata poi prorogata fino al 30 settembre. Durante l'evento, oltre al progetto ambient, l'agenzia ha supportato la comunicazione con un piano editoriale sui social e il presidio dei canali advertising on e offline. Una terza fase di cam-



pagna, che è stata attiva fino a fine settembre, ha proseguito la promozione di Open Fiber per favorire la vendita del prodotto a Bologna e dintorni. A tal fine, tutti i formati adv digitali rimandavano alla landing page dedicata.

RISULTATI

L'efficacia della strategia di comunicazione online, offline e sul territorio ha favorito la sottoscrizione di circa 7mila nuovi abbonamenti. La definizione di una strategia geolocal ha permesso di concentrare gli investimenti media nell'area di interesse del brand e l'approccio consumer-centric ha accompagnato i consumatori nel path to conversion.