

COMUNICATO STAMPA

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

L'innovativa strategia Digital è stata realizzata grazie alla collaborazione tra Performedia e Google.

MILANO 20 novembre 2017 – 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 MUsable, ovvero un tavolo multifunzionale in legno con 7 giochi intercambiabili. Solo per la Black Week, MUsable è disponibile in due bundle speciali: il pack essential include, oltre a MUsable, una sacca raccogli giochi e due puzzle, al prezzo promozionale di 199€ e il pack all included comprende oltre a MUsable, 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 Frasarin, *Head Of Google Marketing Solutions Italy*.

BREVE DESCRIZIONE di PERFORMEDIA e del GRUPPO DIGITOUCH

Performedia è una pure digital agency, esperta nella comunicazione a 360° su web e off-line. Fortemente orientata al raggiungimento dei risultati, si propone ai clienti attraverso un approccio consulenziale concreto. Fondata nel 2007, Performedia è oggi parte del gruppo DigiTouch. Con un'impronta a 360° sui digital media, Performedia realizza e gestisce efficaci progetti di comunicazione, occupandosi dell'intero processo: dalla consulenza, allo sviluppo delle creatività, al digital media planning (tv digitali, web, social, dem, mobile e search), fino al tracciamento dei risultati e all'analisi della customer journey dell'utente sui diversi device. Completano l'offerta le pianificazioni offline con forte integrazione dell'online. Per maggiori informazioni visitare www.performedia.it

Il **Gruppo DigiTouch** è uno dei principali player indipendenti in Italia attivo nel digital marketing ed è specializzato nel **Mar-Tech**, ovvero nelle tecnologie di marketing e comunicazione a supporto delle vendite. Nato nel 2007 e quotato sul mercato AIM Italia dal 2015, è oggi a capo di quattro agenzie (**DigiTouch Agency, Performedia, E3 e Optimized Group**), della unit **DigiTouch Consulting**, specializzata nella consulenza strategica in ambito digital transformation, dell'agency trading desk **DAPcenter**, della Data Management Platform **Audiens**, della unit con focus verticale sull'automotive **Digital Automotive Solutions** e il sito comparatore **MutuiPerLaCasa.com**. Fondato e gestito da pionieri del mercato web e mobile Europeo, già protagonisti di note iniziative di successo come Buongiorno, Glamoo, OneBip e Neo Network. Il Gruppo conta oggi circa 120 dipendenti e ha sedi a Milano (headquarter) e a Roma. Per maggiori informazioni visitare: www.gruppodigitouch.it

Ticker: DGT, Codice ISIN azioni ordinarie DIGITOUCH: IT0005089476, Codice ISIN obbligazioni convertibili DIGITOUCH 2015/2020: IT0005089864

Contatti

Gruppo DigiTouch – Performedia

Veronica Maccani – Responsabile Comunicazione e Marketing

E-mail: veronica.maccani@gruppodigitouch.it

Telefono: +39 02 89295181