

PERFORMEDIA PRIMEUR

BASATA SU UN CONCEPT CREATIVO CHE EVIDENZIA L'UNICITÀ DI PRIMEUR PER SPONDERE I BRAND A SCEGLIERE UNO SMART PLAYER ANZICHÉ UN BIG PLAYER, DA GIUGNO 2018, LA CAMPAGNA ONLINE HA REGISTRATO CIRCA 46MILA VISITATORI E 21 MILIONI DI IMPRESSION.

CLIENTE E PROGETTO

Primeur – Scegli un partner smart!

AZIENDA ASSOCIATA IAB

Permedia (Gruppo DigiTouch)

CONTESTO

Primeur è una multinazionale specializzata in Enterprise Data Integration, che sviluppa soluzioni e prodotti software per integrare i dati di un'azienda, indipendente dalla tecnologia che li ha creati o raccolti, senza interferire con le applicazioni esistenti. Il mercato globale della Data Integration si sta concentrando e i player di riferimento sono colossi dell'IT, per questo Primeur aveva l'esigenza di promuovere una strategia di posizionamento differenziante. Il posizionamento scelto da Primeur è quello di player non convenzionale, che si propone come Software vendor con approccio da System integrator e offre a ogni azienda una piattaforma open, configurabile su esigenze specifiche, individuate grazie a un processo di ascolto e di consulenza. Da qui l'idea di dare evidenza delle differenze rispetto ai Big Vendor in termini di flessibilità, agilità, smartness, openness e focalizzazione sul cliente.

TARGET

Primeur si rivolge a un target B2B, costituito da grandi aziende nei principali mercati: Italia, Spagna e UK. La campagna è rivolta ai decision maker dell'Information Technology.

OBIETTIVI

In un mercato dominato da grandi player con offerte standardizzate, Primeur vuole farsi conoscere e scegliere per la sua offerta distintiva. L'obiettivo del progetto di promozione affidato a Permedia è duplice: da un lato portare traffico al sito, lavorando quindi su brand e product awareness, dall'altro generare lead.

STRATEGIA DI COMUNICAZIONE

Il concept creativo ha evidenziato l'unicità di Primeur per spon- dere i brand a scegliere uno smart player anziché un big player, cioè un partner capace di ascoltare le loro esigenze e di offrire loro un servizio/prodotto chiavi in mano. Il concept è stato declinato dal Gruppo DigiTouch (Permedia ed E3) su due filoni: quello della brand essence, con claim 'Scegli una data integration smart', e quello dei cinque main benefit individuati, con claim 'Chiedi a noi: integrazione dei dati... focalizzata sul cliente'. Su questo concept sono stati creati i materiali grafici della campagna adv, i banner, una landing page dedicata alla raccolta dei lead ed è stato sviluppato il piano di comunicazione integrata online, che spazia dai canali dell'upper funnel a quelli

del lower funnel. Permedia si è occupata della pianificazione media, del monitoraggio, dell'analisi e del fine tuning della campagna, per garantire l'ottimizzazione del budget e la massimizzazione dei risultati. La combinazione di strumenti tech con l'expertise degli specialisti dell'agenzia ha permesso un'ottimizzazione continua del media mix, che integra pianificazioni in programmatic a pianificazioni su siti vertical e su LinkedIn, così da raggiungere in modo mirato il target B2B desiderato.

RISULTATI

Attiva da giugno 2018, la campagna di adv online ha portato nei primi quattro mesi di attività circa 46mila visitatori al sito e alla landing page, a fronte di 21 milioni di impression.

