



COMUNICAZIONE CROSSMEDIALE BASATA SUL NEUROMARKETING

Finanziamento ricevuto: 68.040,00 euro

DESCRIZIONE

Le aziende aderenti al servizio hanno nuove opportunità per “essere presenti sui social”. Il che significa essere attivi, interagire continuamente con gli utenti influenzandone le domande, le risposte o le recensioni, soddisfare le loro richieste, rispondere alle critiche e creare momenti di coinvolgimento. Si ritiene importante sottolineare che la nuova iniziativa imprenditoriale contribuirà direttamente anche alla riduzione dell'impatto ambientale attraverso i servizi che contribuiscono direttamente al processo di dematerializzazione nei processi di comunicazione aziendale. L'utilizzo dei nuovi media per la promozione e pubblicità contribuisce direttamente al minore utilizzo della carta, riduzione dei rifiuti e di conseguenza anche al minor consumo energetico.

OBBIETTIVI

Realizzare una società di comunicazione crossmediale basata sul neuromarketing capace di diffondere la cultura dei mezzi social nelle imprese e di assisterle nel modellare e definire la percezione che il pubblico ha del loro marchio, incoraggiando e facilitando la discussione sui media in modo che possa incrementare la loro credibilità online, sui social ma anche nei blog o creando delle referenze tangibili.

RISULTATI

Il nuovo format è in fase di studio, collaudo e testing. L'azienda opera attivamente per i propri clienti nella gestione campagne di advertising crossmediale su social media selezionati; ideazione creativa e sviluppo di campagne creative ad alto engagement (video, contenuti social, applicazioni, landing pages).



**POR FESR
2014 2020**
Friuli Venezia Giulia

OPPORTUNITÀ PER UNA CRESCITA SOSTENIBILE

