

PROGETTI

8

SICILIA FASHION VILLAGE, BENE LE ATTIVITÀ DI VIRAL MKTG

Ottimi risultati dalla campagna online firmata da **Mosaicoon** per promuovere il nuovo outlet della moda nell'Isola

CAMPAGNA DI LANCIO DELL'OUTLET DELLA MODA FIRMATA MOSAICOON

Sicilia Fashion Village, bene il viral marketing

IN POCO TEMPO PIÙ DI 80 MILA VISUALIZZAZIONI SU YOUTUBE E 10 MILA CONDIVISIONI FACEBOOK

In poco più di una settimana, il video, che promuove l'imminente apertura del **Sicilia Fashion Village**, il primo outlet della moda in Sicilia, ha totalizzato più di 80.000 visualizzazioni (il più visto su **YouTube** Italia, categoria intrattenimento, dopo solo due giorni), circa 10.000 condivisioni su **Facebook**, centinaia di tweet e oltre 300 post su blog di moda di tutto il mondo diventando un vero e proprio fenomeno virale. «Il dato più importante - spiega **Marco Imperato**, Head of Seeding di Mosaicoon - è l'aver sviluppato oltre 400.000 contatti nella sola Isola grazie a una strategia che prevede: videoplacement sui maggiori siti di attualità e intrattenimento siciliani, Digital Pr su urban blog locali e azioni mirate su Facebook per favorire la diffusione virale all'interno del territorio». *Incredible Fashion Town in Sicily* è il nome del video prodotto e distribuito online da Mosaicoon e rappresenta alcuni momenti quotidiani di un piccolo paesino siciliano (Agira), immaginando come l'arrivo del Sicilia Fashion Village, a pochi km di distanza, può cambiare radicalmente la vita dei suoi abitanti. «Oramai il viral non è più un video divertente a basso costo per adolescenti, ma rappresenta un investimento per il cliente che garantisce risultati concreti: visualizzazioni al video targettizzate anche a livello locale, engagement con gli utenti e incremento degli accessi al sito, passaparola e consolidamento della brand advocacy, ritorno in termini di indicizza-

zione e ottimizzazione sui social media. Inoltre il fatto che il video non abbia ricevuto un solo commento negativo e abbia 'girato il mondo' grazie alle condivisioni degli utenti testimonia come ormai il pubblico su internet sia sempre più evoluto e aperto a forme di comunicazione e dialogo con il brand basate su un contenuto sempre più *entertaining* e meno pubblicitario» commenta l'amministratore delegato di Mosaicoon **Ugo Parodi Giusino**.



Un frame del video virale

