

← Il Web e il Mare – "In vacanza con la social-ansia"

Facebook Studio: 3 casi di studio italiani

8 AGOSTO 2011 DI STEQUAD 3 COMMENTI

Circa 3 mesi fa [reclamai la mancanza di qualsiasi case study italiana](#) in tanto celebrato Facebook Studio, la piattaforma di condivisione e pubblicazione dei lavori creativi e delle campagne di di Facebook marketing creata proprio da Zuckerberg & Co.

Ora, a distanza di tempo, sono felice di aver ricevuto alcune segnalazioni di *case study* italiani, o meglio, di brand italiani e agenzie italiane che hanno pubblicato i loro lavori in questo spazio di confronto e consultazione, utile per chi si occupa *social media marketing* o per chi voglia semplicemente curiosare tra le varie campagne disponibili.

Premettendo che le uniche cases trovate tramite ricerca sono opera di due sole agenzie italiane, ossia [Iaki](#) e [Webing](#), ecco di seguito le tre che più mi hanno colpito.

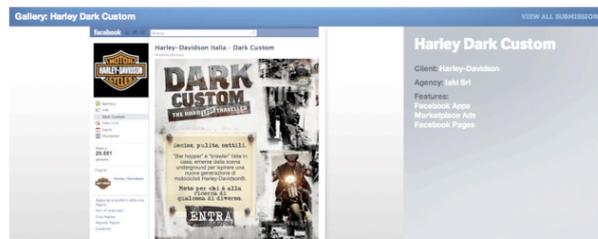
PRENDICI GUSTO – SPERLARI TRULY (AGENCY: IAKI)



Per promuovere [Truly](#), un nuovo prodotto del brand [Sperlari](#), l'agenzia ha scelto di sviluppare una [Facebook Page](#) dedicata alla *conversazione* con i clienti-consumatori-fan, integrata con il blog di riferimento e di implementare una simpatica applicazione che permette di giocare con i propri amici facebookiani.

Clicca [qui](#) se vuoi approfondire la case study.

HARLEY DARK CUSTOM – HARLEY DAVIDSON (AGENCY: IAKI)



"How to leverage the power of one of the strongest consumer communities in the world on Facebook?" Inizia così la descrizione della case che riguarda il "mondo Harley Davidson" una delle più grandi e solide comunità nel mondo, anche questa realizzata dall'agenzia Iaki.

Seguendo le linee guida del Brand a livello internazionale, l'agenzia ha dapprima creato una [Facebook Page](#) per stimolare la conversazione, l'engagement e informasse gli utenti degli eventi Harley in programma, in seguito, si è scelto di sviluppare una sezione dedicata alle moto "Dark Custom" promuovendo il nuovo prodotto con un'applicazione apposita e integrando la pagina con il profilo Twitter ([@Harley-Italia](#)). Per creare una robusta "awareness" si è optato anche per una campagna pubblicitaria tramite Facebook ads e, nello specifico, nelle forme *Like ads* e *sponsored stories*. Sarebbe interessante leggere un po' di numeri della campagna in questione, ma, per ora, possiamo solo immaginarli e magari qualcuno ce li illustrerà proprio nei commenti di questo post. 😊

Il link alla case study: [qui](#).

CARTELLI STORICI – AGIDA (UNILEVER) (AGENCY: WEBING)



Per lo storico marchio dei gelati, Algida, l'agenzia Webing ha ideato un'[applicazione divertente](#) all'insegna dell'amarcord: all'utente è richiesto di ricreare i famosi e memorabili cartelli che raffigurano i gelati dei brand (alzi la mano chi non li conosce! ;D) personalizzandoli a proprio piacimento anche con tipologie di gelati appartenenti a "epoche" diverse (provando l'app ho provato una sorta di nostalgia...).

Ai di là del giudizio sull'applicazione che è e rimane soggettivo, devo constatare che l'app "Cartelli Storici" è molto "veloce" e "user friendly", se paragonata con molte altre app con cui mi sono cimentato che impiegano un tempo troppo lungo di caricamento e inducono quindi all'abbandono del gioco-engagement.

Per info sulla case study clicca [qui](#).

L'elenco dei casi italiani su Facebook Studio potrebbe proseguire, ma lascio a voi il piacere di sfogliare e dare un parere in merito. [Qui](#) trovate la gallery se siete pigri e non volete cercare da soli.

Quello che più mi interessa ora è vedere se finalmente qualcosa si muove sul fronte italiano e, magari trovare tantissime cases nostrane dopo l'estate!

Cosa aspettate a [caricare i vostri lavori](#) e dargli la visibilità che meritano? Sembra, inoltre, che Facebook preveda anche di premiare i lavori migliori (sebbene le modalità non siano ancora chiare), quindi... Avanti Social! 😊