

BRAND | **MEDIA** | **MOBILE** | **RICERCHE** | **AZIENDE**

/ **brand**/social

IAKI FIRMA LA STRATEGIA DI TWITTER MARKETING DI UBISOFT

28 Gennaio 2015



UFFICIO STAMPA

Ubisoft ha affidato a **IAKI**, dopo una prima fase di consulenza, la strategia di **Twitter marketing** e la gestione del suo canale italiano, al fine di creare uno spazio community atto a migliorarne le performance e a creare dialogo tra brand e appassionati di videogiochi.

Il gruppo francese, già ampiamente conosciuto dal pubblico attraverso il celebre Rayman, negli anni ha affermato la sua competenza sul mercato dei videogames, grazie a brand di successo come Assassin's Creed, Just Dance e Far Cry. Gli appassionati ne vogliono parlare, chiedono consigli e trucchi, opinioni e scambi di esperienze. Per questo motivo IAKI ha pensato a loro, ideando un piano editoriale per il canale Twitter Ubisoft Italia che ha visto non solo post di engagement quotidiano, ma anche video Vine con la visualizzazione delle varie sessioni di gioco, post di prodotto per informare sulle novità, e codici promozionali per provare in anteprima i videogiochi in versione beta.

Il profilo Twitter, giorno dopo giorno, diviene così una vera e propria community: un mondo parallelo dove vivere avventure "straordinarie" e condivisibili con i propri "simili". Una strategia di Twitter marketing che non aveva solo l'obiettivo di aumentare la follower base del canale, ma anche quello di divenire un aggregatore di esperienze appassionate. Obiettivi raggiunti per Ubisoft.

La strategia ideata da IAKI ha stimolato lo sharing, incoraggiato le conversazioni sociali, e diffuso l'awareness di Ubisoft. Ora non resta che scegliere la propria avventura e viverla.