

**TESTATA**
**DATA USCITA**
**SOGGETTO**
[www.advexpress.it](http://www.advexpress.it)

26 nov 2019

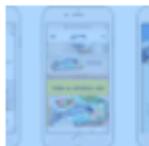
Nostromo


 25/11/2019 16:27 

**TIM accende il 5G a Genova, disponibili i servizi per aziende e famiglie**


 25/11/2019 17:55 

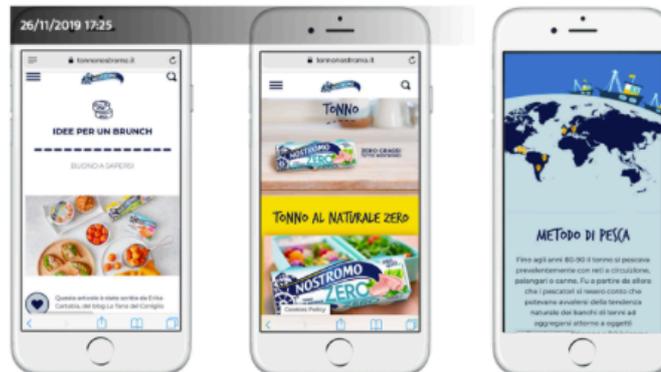
**Oracle: comodità, servizio personalizzato, consegne rapide sono i tre fattori più importanti per gli acquirenti nel periodo del Black Friday**


 26/11/2019 17:25 

**Nostromo si affida a IAKI per la digital strategy e registra il +73% di permanenza sulla pagina web**


 26/11/2019 18:45 

**Autotorino sceglie Cernuto Pizzigoni & Partners e in occasione del Black Friday riscrive le regole nel settore Automotive**


**Digital**

## Nostromo si affida a IAKI per la digital strategy e registra il +73% di permanenza sulla pagina web

Un incremento di oltre il 70% della durata delle sessioni sul sito web, il 30% in più di pagine visualizzate dalle ricerche su Google e un aumento di oltre il 45% di traffico, diretto e referral: questi i risultati raggiunti dal nuovo sito di Nostromo creato dalla customer engagement agency che ha rinnovato la vecchia piattaforma web integrando e valorizzando il blog con contenuti e tematiche nuove e di tendenza.

Generare e incrementare l'engagement attraverso un nuovo sito internet: **IAKI** ha lavorato su questi obiettivi per creare la nuova strategia comunicativa di **Nostromo**, azienda specializzata nel settore di conserve ittiche.

IAKI ha progettato la **nuova piattaforma web** costruendo un piano editoriale con articoli sempre originali, redatti in base all'attualità e alle tendenze delle ricerche in rete.

"Grazie all'attività di analisi costante svolta dal nostro team Food&Beverage abbiamo parlato ad esempio di curcuma, il prodotto con il maggiore incremento di ricerche e vendita che di recente ha avuto," racconta **Claudia Manuti**, Project Manager di IAKI "Così come di argomenti originali come il Poke Bowl, il piatto hawaiano a tendenza mondiale, ricette senza glutine, corretta alimentazione pre-allenamento, sempre in modo interessante e attento alle informazioni salutistiche".

Contenuti di interesse generale per stimolare l'engagement di un pubblico ampio ed eterogeneo. Profondamente buono, profondamente blog è lo spazio che accompagna gli utenti in un percorso informativo sul gusto e il buon vivere. **Buono a sapersi** e **Buono in cucina** e **Osservatorio Nutrizione** e **Benessere** sono le sezioni in cui è stato suddiviso il blog: la prima è dedicata alle curiosità dal mondo, che spaziano dalla cucina ai consigli per vivere bene e con gusto; nella seconda sezione ci sono tante ricette realizzate con i prodotti Nostromo, originali ma molto semplici e alla portata di tutti.

Gli articoli sono stati poi valorizzati ulteriormente da una grafica nuova e immersiva, pensata specificamente per il pubblico di Nostromo. Il tutto realizzato con un Design ispirato alla User Experience: un'architettura che guida l'utente, suggerendo un percorso naturale, dettato dagli specifici interessi manifestati attraverso le scelte fatte sul sito. Uno strumento di comunicazione performante strategico che ha registrato un incremento del **73% di permanenza** sul sito del brand o del prodotto; **30% in più sulle pagine** visualizzate da ricerche organiche e un aumento del **45% di traffico** diretto e referral.

"Abbiamo rivoluzionato la vecchia piattaforma prima suddivisa in due siti, uno dedicato ai prodotti e l'altro al blog, per creare un unico spazio in cui gli utenti possono essere informati in modo semplice e diretto, mentre sono coinvolti con contenuti di forte interesse e presentati con immagini ambientate full screen e colori vivaci, capaci di trasmettere il calore e il piacere del buon cibo," aggiunge **Sandro Marchetti**, Amministratore Delegato e Web Strategist di IAKI "Abbiamo scelto argomenti di interesse comune come cibo, nutrizione e buon vivere, per intercettare e interessare un pubblico ampio, che magari non frequentava ancora il sito. Oggi più che mai il rafforzamento della notorietà di un brand necessita di contenuti di qualità, di informazioni interessanti, che servono anche a catturare il navigatore e a fidelizzarlo nel tempo."

"Quando ci si pone l'obiettivo di generare engagement su un marchio noto è necessario creare contenuti capaci di coinvolgere il pubblico valorizzando il prodotto," ha dichiarato **Giulia Bizzarri**, Marketing Manager di Nostromo "IAKI ha saputo creare e sviluppare una strategia che ha generato l'interesse delle persone. E i risultati positivi e in costante crescita di questi mesi lo dimostrano".