

TESTATA

www.mediakey.tv

DATA USCITA

29 mar 2024

SOGGETTO

Sparklink-PdA

IAKI ED ELETTO PRODOTTO DELL'ANNO: PARTNERSHIP STRATEGICA PER FAR "BRILLARE" I BRAND SU TIKTOK

IAKI, l'agenzia di comunicazione generation driven parte di We Are Family ha avviato una partnership strategica con Eletto Prodotto dell'Anno, il premio basato sul voto di oltre 12 mila consumatori, chiamati a eleggere il prodotto migliore in ciascuna categoria merceologica, secondo i criteri di innovazione e soddisfazione.

La collaborazione è iniziata un anno fa attraverso la gestione da parte di IAKI della strategia social e della creatività delle campagne di Eletto Prodotto dell'Anno. Dal 19 marzo è on air la nuova campagna che andrà a sostenere i risultati già

raggiunti grazie alle attività social. I prodotti premiati dai consumatori sono i protagonisti delle creatività trasmesse in led-wall strategici della città di Milano, da Piazza XXV Aprile alla Darsena. Eletto Prodotto dell'Anno è raccontato attraverso un concept solido, che colloca i prodotti vincitori nel loro habitat naturale tramite un impiego strategico dell'AI guidata da prompt creativi ad hoc.

"Siamo fieri che i prodotti eletti abbiano una così grande visibilità. – ha dichiarato Simonetta Flores, Fondatrice e Ceo di Eletto Prodotto dell'Anno – Grazie alle partnership con IAKI e Streetvox siamo riusciti a offrire un'esperienza pubblicitaria unica e incisiva alla comunità milanese e ai suoi numerosi visitatori di cui hanno beneficiato tutte le aziende vincitrici. La collaborazione social con IAKI inoltre ha dinamizzato e dato nuovo smalto alla nostra comunicazione social e alla nostra pagina LinkedIn".

Nel corso della serata di premiazione IAKI ha presentato in anteprima, alle aziende B2C vincitrici del premio, Sparklink, il servizio esclusivo di monitoraggio e creatività ideato e creato dall'agenzia che permette di costruire azioni di comunicazione coerenti con gli insight rilevati e gli obiettivi dell'azienda.

"Nel nuovo scenario creato da TikTok tutti possono avere un'opinione rilevante, ogni contenuto può essere premiato dall'algorithm, diventare virale, influenzare il pubblico, i contenuti sono numerosi, i sistemi di web listening non funzionano e il sentiment difficile da tracciare. – ha commentato Sandro Marchetti, Amministratore Delegato di IAKI – Serve quindi un'analisi costante e un processo creativo proattivo, che in IAKI abbiamo trasformato in un servizio accessibile a tutti i brand, anche quando la gestione dei canali non è assegnata a noi".

Sparklink consente a IAKI di effettuare un'analisi costante di conversazione spontanea su TikTok e l'estrazione di insight rilevanti di un prodotto, una marca o un'intera categoria; analisi precise che danno alle aziende la percezione dei consumatori sul loro brand. La condivisione di queste analisi permette a IAKI di creare una serie di azioni di comunicazione e marketing tailor made. Il servizio si struttura in tre fasi: l'analisi da parte del Next Gen Lab, l'osservatorio permanente di IAKI sulle generazioni, per la scoperta di insight, trend e talent del mercato; la fase operativa che prevede una linea diretta con il cliente, velocità di informazione ed esecuzione, proattività costante; la costruzione di contenuti creativi in agenzia o tramite creator esterni, per cavalcare gli insight e le opportunità.

Credits

Creative Director: Valerio Lualdi

Social Media Specialist: Cristiana Ramundi

Copywriter: Costanza Compiano

Senior Art Director: Alessandro Cerri

Art Director: Michele Querci, Simone Turco

TESTATA

DATA USCITA

SOGGETTO

www.mediakey.tv

29 mar 2024

Sparklink-PdA



**VIVIANA GIUSSANI NUOVA PR
MANAGER DI DISCLOSERS**

29/03/2024

■ AZIENDE, CARRIERE



**COMPAGNIA DEI CARAIBI E
DICTADOR AVVIANO UNA
COLLABORAZIONE
STRATEGICA PER...**

29/03/2024

■ AZIENDE, CARRIERE



**FEBAL CASA AL SALONE DEL
MOBILE.MILANO**

29/03/2024

■ EVENTI, SPONSORSHIP

■ AZIENDE, CARRIERE



**IAKI ED ELETTO PRODOTTO
DELL'ANNO: PARTNERSHIP
STRATEGICA PER FAR
"BRILLARE"...**

29/03/2024

■ COMUNICAZIONE ■ DIGITAL



**JETON È AL 75° POSTO NELLA
CLASSIFICA STILATA DAL
FINANCIAL TIMES DELLE
1000...**

29/03/2024

■ AZIENDE, CARRIERE



**30° GLOBAL SUMMIT
LOGISTICS & SUPPLY CHAIN:
SONO SOLD OUT GLI SPAZI
PER GLI...**

29/03/2024

■ EVENTI, SPONSORSHIP