

TESTATA

DATA USCITA

SOGGETTO

Daily Net

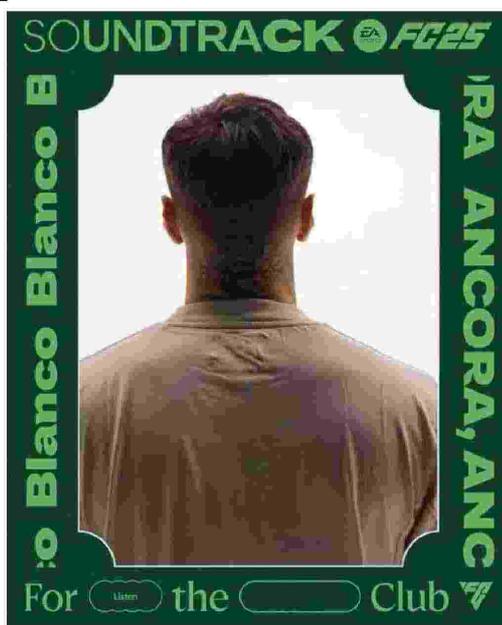
6 mag 2025

For the Club

Performance Con 18,5 milioni di visite organiche esplose la viralità della campagna "For the Club" di IAKI per EA SPORTS FC 25

Una strategia 100% organica con un tasso di interazione che ha triplicato la media delle piattaforme e ha raggiunto 400.000 interazioni totali

Essere rilevanti oggi è l'unica cosa che conta; lo sa bene IAKI che ha applicato questa regola nell'ideazione e costruzione della campagna "For the Club" per supportare il lancio di EA SPORTS FC 25 in Italia. L'agenzia ha costruito una strategia che ha unito contenuti significativi, una community appassionata e valori condivisi, che ha ottenuto una viralità organica con un numero di visualizzazioni di 18,5 milioni, eccezionalmente alto, ben al di sopra della norma e delle aspettative. La campagna ha registrato un totale di 400.000 interazioni che hanno triplicato l'engagement rate medio delle piattaforme con numerosi salvataggi,



ben 6.000, e commenti positivi, con un sentiment favorevole stimato attorno al 98%. Un ottimo

segnale di viralità organica che ha indicato un coinvolgimento attivo della community. L'attivi-

tà ha visto il coinvolgimento di Geolier e Blanco, rapper e cantautore italiani, come precisa scelta strategica condivisa con EA SPORTS. "Il nostro obiettivo non era usare un volto famoso per vendere FC 25, ma mettere al centro i valori del club, la passione per il calcio e il senso di appartenenza che unisce chi ama questo sport - commenta Sandro Marchetti, amministratore delegato di IAKI -. Abbiamo scelto di andare in controtendenza rispetto alla classica dinamica degli influencer attraverso uno storytelling che valorizzasse Geolier e Blanco non per la loro autorevolezza o per il peso mediatico, ma per la loro autenticità in quanto veri tifosi e appassionati di calcio. Li abbiamo raccontati così, esattamente come tutti gli altri membri della community, il che ci ha permesso di essere credibili e molte persone che non erano follower hanno visto e interagito con il contenuto".

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.



129103