

TESTATA

DATA USCITA

SOGGETTO

www.mediakey.it

6 mag 2025

For the Club

AZIENDE E CARRIERE COMUNICAZIONE

18,5 MILIONI DI VISITE ORGANICHE: VIRALITÀ ESPLOSIVA DELLA CAMPAGNA 'FOR THE CLUB' DI IAKI PER EA SPORTS FC 25

Pubblicato da **Redazione** 06/05/2025

Una strategia 100% organica con oltre 18,5 milioni di visualizzazioni e un tasso di interazione che ha triplicato la media delle piattaforme raggiungendo 400.000 interazioni totali: la campagna "For the Club" ideata da IAKI per EA SPORTS FC 25 ha registrato risultati da record grazie anche al coinvolgimento di Geolier e Blanco.

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.

La campagna 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. - ha commentato Sandro Marchetti, Amministratore delegato di IAKI - Proprio per questo 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. Questo ci ha permesso di essere credibili e molte persone che non erano follower hanno visto e interagito con il contenuto".

Credits

Executive Creative Director: Filippo Focchi

Creative Director: Valerio Lualdi

Executive Producer: Daniela Caluzzi

Art Director: Simone Turco

Producer: Sara Marinaro