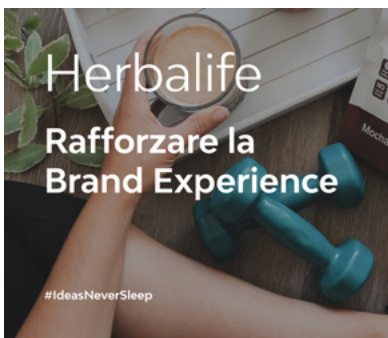
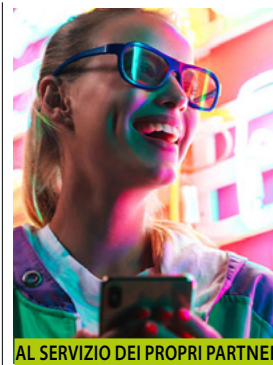




## Media ScuolaZoo e Windtre compagni di banco degli studenti alla Maturità 2021



**Incarichi**  
**Caffeina**  
nuova Lead  
Creative  
Agency  
di Herbalife  
Italia



**Mercato**  
**Ogury**  
conquista  
gli editori  
premium nel  
mobile web

**16 Advertising** Hearst e Moncler lavorano a una campagna di successo

**12 Editoria** CasaFacile si conferma un punto di riferimento per gli appassionati di arredo e lifestyle

**22 Agenzie** DigitalMind Group comincia col botto: +16% nel primo quadrimestre 2021





## Media Maturità 2021: ScuolaZoo insieme a Windtre, i compagni di banco dei maturandi

Il piano di comunicazione è firmato da ZooCom e vedrà il marchio di Tlc protagonista sul canale Instagram del partner, di fronte agli oltre 4 milioni di follower, su Twitch e su TikTok

La maturità è alle porte e ScuolaZoo torna tra i banchi di scuola con una partnership editoriale insieme a Windtre. Per l'occasione, ZooCom, la creative media agency specializzata nel mettere in contatto i brand con la GenZ, ha ideato una strategia di comunicazione con format che ben si inseriscono all'interno del piano editoriale di ScuolaZoo, e che hanno l'obiettivo di valorizzare il purpose del brand di tlc: eliminare le distanze tra le persone - e tra gli studenti - permettendo loro di rimanere in contatto anche in estate, quando la scuola è finita e non ci si vede più tra i banchi. Come? Grazie alla nuova Top Quality Network. La rete mobile di Windtre è, infatti, la più veloce d'Italia per Ookla®, sulla base dell'analisi dei test svolti dai clienti in Italia con Speedtest®. "Per i maturandi è stato un

anno difficile, fatto di paura, fatica e incertezza", spiega Valerio Mammoni, Direttore Editoriale di ScuolaZoo. "Per questo, con Windtre, abbiamo deciso di sederci accanto a loro, come veri compagni di banco, e di accompagnarli in questo appuntamento con un piano editoriale che alterni momenti di supporto e Q&A a occasioni di svago e divertimento come i Maturipei, le live su Twitch con cui commenteremo insieme le partite della Nazionale".

### IL RICCO PALINSESTO

ZooCom ha studiato una strategia di comunicazione che vede Windtre partner editoriale di ScuolaZoo, attraverso branded content all'interno del piano di contenuti e attività interamente dedicate alla maturità. Il marchio di tlc parlerà sul canale In-



stagram ScuolaZoo agli oltre 4 milioni di follower, sarà protagonista su Twitch e TikTok con otto format specifici tra cui mini-video reportage degli studenti, con TikTok educativi per il ripassone finale e con un live su Twitch il pomeriggio prima della fatidica data di inizio, e ovviamente sarà al loro fianco la notte prima degli esami, il momento di massimo hype emotivo per gli studenti. E l'intrattenimento? Dopo lo studio matto e disperatissimo, nell'estate degli Europei di calcio 2021 non potevano certo mancare i Maturipei: live Twitch in cui ScuolaZoo insieme a Windtre intratterrà la community di studenti, commentando in diretta tutte le partite degli azzurri, la semifinale e la finale degli Europei. È prevista anche un'amplificazio-

ne attraverso la pagina dedicata Il Maturando Disperato, che conta oltre 81,3 mila follower. Tommaso Vitali, Brand & B2C Marketing Director di Windtre, afferma: "La partnership con ScuolaZoo ci permette di accompagnare i più giovani in una delle tappe fondamentali della loro vita: l'esame di maturità. È il momento conclusivo di un importante percorso e ci offre l'occasione per riflettere, insieme ai ragazzi, su come il loro punto di vista sulla scuola, sui compagni e sugli insegnanti sia cambiato negli anni. Un invito a non fermarsi alle apparenze, in linea con la nostra ultima campagna 'Manifesto' dedicata alla nuova rete 'Top Quality', nata per eliminare le distanze tra le persone e favorire l'inclusione attraverso la tecnologia".

## Strumenti LiveForum lancia "LiveShop", piattaforma ideata per il digital shopping interattivo e istantaneo

In un'epoca in cui i touchpoint fisici si riducono a favore di quelli digitali, LiveShop crea un bridge tecnologico tra fisico e digitale, offrendo uno strumento concreto e semplice, capace di ridisegnare la customer journey e il rapporto tra brand e consumer nel "new normal" post-Covid. LiveShop è infatti un modulo di videocomunicazione, utilizzabile all'interno di qualunque sito web o e-commerce, che crea sessioni di live shopping e live assistance con i personal shopper del retailer o del brand. I vantaggi del servizio sono molteplici:

**La startup di MMM Group specializzata in progetti di videocomunicazione arricchisce la propria proposta commerciale con la nuova soluzione tecnologica studiata per e-commerce e retailer**

se da una parte il cliente avrà la possibilità di richiedere e avviare una consulenza immediata direttamente dal web (senza dover installare software o accedere a piattaforme esterne), il

personal shopper o l'assistente avranno la possibilità di accedere a una LiveRoom brandizzata e customizzata, in cui potranno ricevere le chiamate in entrata, visualizzare lo storico delle videoconversazioni effettuate, eventuali meeting persi o in attesa e settare il proprio status. Oltre che per finalità di customer engagement e loyalty, questo strumento permette di ottimizzare il processo d'acquisto tramite la raccolta di dati e feedback in tempo reale, minimizzando i resi e permettendo l'impiego efficiente del personale anche in smart working.