

Home > Internet

TRS International cerca menti eroiche su Facebook con It's Comunicazione

29/4/2013

Tramite l'applicazione **Eroica-mente** gli utenti Facebook potranno scrivere in 100 caratteri il loro pensiero eroico, ossia a cosa pensano mentre fanno sport. I pensieri dovranno poi essere condivisi e votati dagli amici: i 3 utenti che, ogni settimana, riceveranno più votati all'interno dell'applicazione, riceveranno in regalo un pack di calze TRS, composto da un paio di calze da running e un paio di calze da trekking.



Nella sua attività di gestione, sia ordinaria che straordinaria, della fanpage su **Facebook** di **TRS International**, giovane brand di calze tecniche sportive, **It's Comunicazione** ha dato avvio a un webgame per coinvolgere i fan e potenziali tali della pagina.

Tramite l'applicazione

Eroica-mente, studiata ad hoc e realizzata dal team It's Comunicazione, gli utenti Facebook potranno scrivere in 100 caratteri il loro pensiero eroico, ossia a cosa pensano mentre fanno sport.

I pensieri dovranno poi essere condivisi e votati dagli amici: i 3 utenti che, ogni settimana, riceveranno più votati all'interno dell'applicazione, riceveranno in regalo un pack di calze TRS, composto da un paio di calze da running e un paio di calze da trekking.

Il gioco sarà diviso in due tranche: la prima, dalle ore 12 del 24 aprile, fino alle ore 12 del 30 aprile 2013, e la seconda, sempre dalle ore 12 del 2 maggio fino alle ore 12 dell'8 maggio 2013.

L'iniziativa non si esaurirà però con il solo webgame: alla fine del gioco, TRS International selezionerà i 10 migliori pensieri eroici, che saranno utilizzati nella sua nuova campagna pubblicitaria online: la passione per lo sport coinvolgerà tutta la rete, con un'attività virale di diffusione del brand e dei suoi messaggi dedicati agli eroi di tutti i giorni.

Un progetto importante per la co-generazione di valore del brand TRS: con il coinvolgimento degli utenti nella creazione degli spot, It's Comunicazione punta ad aumentare notevolmente la notorietà di TRS International e il valore di vicinanza ai clienti percepito, dati che si rifletteranno poi direttamente sulle vendite dei prodotti dell'azienda bresciana.

SP

Stampa questo articolo

Invia questo articolo

Altre nella sezione

- ▶ **29/4/2013 18:24**
Blogmeter: La Repubblica quotidiano migliore nell'uso di Facebook e Twitter
- ▶ **29/4/2013 17:19**
BNL lancia il nuovo sito job.bnl.it. A supporto campagna web di TBWA \Italia
- ▶ **26/4/2013 16:00**
Heineken promuove l'app My Beer Sommelier sviluppata da modomodo
- ▶ **26/4/2013 13:00**
L'app T-Frutta in comunicazione con Wrong Advertising
- ▶ **26/4/2013 11:00**
Firenzecard App., l'approccio al turismo Mobile-First firmato Lift-D
- ▶ **Altre Notizie**



Internet

ADW eWSA

SCEGLI LA TUA AGENZIA