

IAKI ed Eletto Prodotto dell'Anno: partnership strategica per far "brillare" i brand su TikTok

1/2

Autore: Redazione

h 08.39 - 29/03/2024



L'agenzia ha presentato alle aziende B2C Sparklink, uno strumento esclusivo attraverso cui i marchi possono scoprire quale sia la percezione su di loro da parte dei consumatori sulla piattaforma social e avviare azioni mirate di comunicazione

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 dell'agenzia della strategia social e della creatività delle campagne della sigla; dal 19 marzo è on air la nuova attività di comunicazione 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 detto **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**".

Monitoraggio e creatività

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'algoritmo, 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 delle analisi permette a IAKI di creare una serie di azioni di comunicazione e marketing tailor made. Il servizio si struttura in tre fasi: lo studio 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**