

VISIONOTTICA SU FACEBOOK CON LA FANPAGE UFFICIALE

Si tratta di un importante debutto “social” per la rete italiana di centri ottici, leader per professionalità e qualità certificata del servizio, dopo le campagne di comunicazione che l’hanno vista protagonista negli ultimi due anni su media tradizionali come tv, stampa e radio

di Angelo Magri

Come ricorda Angela Muto, Brand Specialist VisionOttica, «la presenza sui social media, Facebook in primis, completa la strategia di comunicazione VisionOttica per costruire un dialogo costante con i clienti attivi e potenziali, incrementando l’awareness dell’insegna e dei suoi centri ottici affiliati. Per la Pagina Ufficiale VisionOttica è stato studiato un piano editoriale ad hoc, che propone ogni giorno nuovi contenuti: dalle novità dal mondo dell’ottica alle news sui prodotti, dalle curiosità sul tema della vista alle campagne istituzionali e promozionali in corso. Un modo semplice e fresco per comunicare il nostro brand e allo stesso tempo fare cultura sul benessere visivo». Sviluppata in collaborazione con la divisione digital dell’agenzia di comunicazione Meloria e la direzione creativa di Jack Blanda, la fanpage VisionOttica riflette la strategia glocal che da sempre contraddistingue l’insegna. Tutti i

centri VisionOttica avranno, infatti, ogni settimana a disposizione uno spazio dedicato per raccontare la propria realtà, oltre alla possibilità di condividere sul proprio profilo i contenuti della Pagina Ufficiale VisionOttica. Il lancio della nuova pagina “VisionOttica Pagina Ufficiale” è stato supportato da una campagna advertising su Facebook. Per Natale, inoltre, VisionOttica ha proposto un’iniziativa dedicata, utile anche a promuovere la fanpage.



Buon Natale anche ai tuoi occhi

“REGALI IN VISTA”: PER UN NATALE SENZA PACCHI



A quanti non è mai capitato di ricevere il regalo sbagliato a Natale? Per questo VisionOttica, da sempre vicino al suo pubblico, ha ideato una Facebook App che ha permesso ai fan di indicare i regali realmente desiderati, mostrandoli a parenti e amici. «Accedendo a “Regali In Vista” si poteva, infatti, creare una lista di regali e condividerla con i propri contatti: per ottenere in pochi click un Natale senza brutte sorprese», spiegano alla

divisione marketing del premium brand di Vision Group. L'originale app ha riscontrato un grande successo incrementando in modo considerevole non solo i fan della pagina Facebook Ufficiale VisionOttica, ma anche come originale strumento di comunicazione condiviso dagli stessi centri ottici affiliati per arricchire e rendere ancora più visitate le loro singole pagine di Facebook. «Per assistere gli affiliati nell'approcciare nel modo

più corretto Facebook, un social network ormai di fondamentale importanza nella comunicazione, ma che va utilizzato in modo appropriato per avere successo, abbiamo stilato le “12 regole d'oro” da osservare – ricordano ancora al marketing di VisionOttica - Dodici consigli utili per dare un contributo sostanziale sia alla costruzione della Pagina Ufficiale VisionOttica sia alla gestione del profilo del centro ottico. I centri VisionOttica, sia quelli già presenti su Facebook sia i nuovi, possono così contare su una consulenza costante e a 360 gradi dalla sede per gestire al meglio i social network». L'app è stata ideata dall'agenzia Meloria, con un team creativo composto da Danilo Rolle (Interactive Creative Director), Francesco Quarneri (Digital Development Manager), Cesare Cocito (Web Designer & Front End Developer) e Manolo Trebaciocchi (Social Media & Content Manager).



Dalla pagina Facebook, due punti vendita VisionOttica protagonisti della sezione "Il centro ottico della settimana"