



Tweet notizie Un paio di occhiali per tutta la vita



Engagement & loyalty
convegni, incontri, soluzioni



Un paio di occhiali per tutta la vita

Redazione 4 dic 2015

Per non perdere di vista - Le amiche



Prosegue fino al 31 gennaio 2016 la campagna di comunicazione VisionOttica, l'insegna che riunisce oltre 230 centri ottici in Italia: per l'occasione sono stati realizzati tre video in stile candid camera con i quali si vuole ricordare di non perdere di vista le persone importanti della propria vita. Per vedere i video e partecipare al concorso "Vinci gli Occhiali per la Vita" (in palio una fornitura di occhiali per 30 anni) è necessario accedere al sito www.visionottica.it/concorso. A tutti gli utenti che si iscrivono è offerto un buono sconto fino a 100 euro da utilizzare per l'acquisto di occhiali da vista o da sole nei centri VisionOttica aderenti; sulla pagina c'è anche spazio per caricare le foto di qualcosa o qualcuno che è stato perso di vista e che si vorrebbe rivedere con la possibilità di condividerle sulla propria pagina facebook o su twitter con l'hashtag #nonperderevista. La campagna è realizzata in collaborazione con Essilor Italia, filiale del Gruppo francese, la creatività è firmata dall'agenzia di comunicazione Meloria e i video sono stati realizzati con il contributo della casa di produzione Kappacom e la regia di Federico Cambria.



Opinioni

Editoriale

di *Andrea Demodena*
Il canale promozionale premia i prodotti di qualità →



Neuroni in fuga

di *Diego Parassole*
Abbiamo in testa tre cervelli e vince quello delle emozioni →



il Puntaspilli

di *Marilde Motta*
Efficacia ed efficienza definiscono la performance →



Micro e Macro

di *Antonio Votino*
Evolve l'esperienza d'acquisto con i nuovi media digitali →



Digital Trend

di *Andrea Boaretto*
Per il direct nuovo slogan o vero cambiamento? →



Digital strategy

di *Fulvio Furbatto*
Ottimizzare il customer care con le soluzioni digitali →



Top Reward

di *Luca Finetto*
Tutti chef e sommelier un momento da cogliere →



Front Line

di *Monica Gagliardi*
Comarketing? No, branding