

**f** (<https://www.facebook.com/PlatformOptic>) **in** (<https://www.linkedin.com/company/platform-optic>) **p** (<https://it.pinterest.com/platformoptic/>)

**g+** (<https://plus.google.com/u/0/108256849704872375130>) **t** (<https://twitter.com/PlatformOptic>) **i** (<https://instagram.com/platformoptic>)

**yt** (<https://www.youtube.com/channel/UCzG12-PBEtsfJo7Tz-UQ-og>) **rss** (<http://www.platform-optic.it/feed/>)

NEWS **E**VENTI (<http://www.platform-optic.it/category/eventi/>) **F**OCUS (<http://www.platform-optic.it/category/focus-2/>) **C**ERCO&OFFRO (<http://www.platform-optic.it/category/cercooffro/>) **C**LIENTI

**C**ONTATTI (<http://www.platform-optic.it/contatti/>) **B**LOG (<http://www.platform-blog.com/>)



**BREAKING NEWS** a a New York un'anteprima di MIDO 2016 (<http://www.platform-optic.it/la-fiera-internazionale-leader-nel-settore-delleyeu>)

Search...

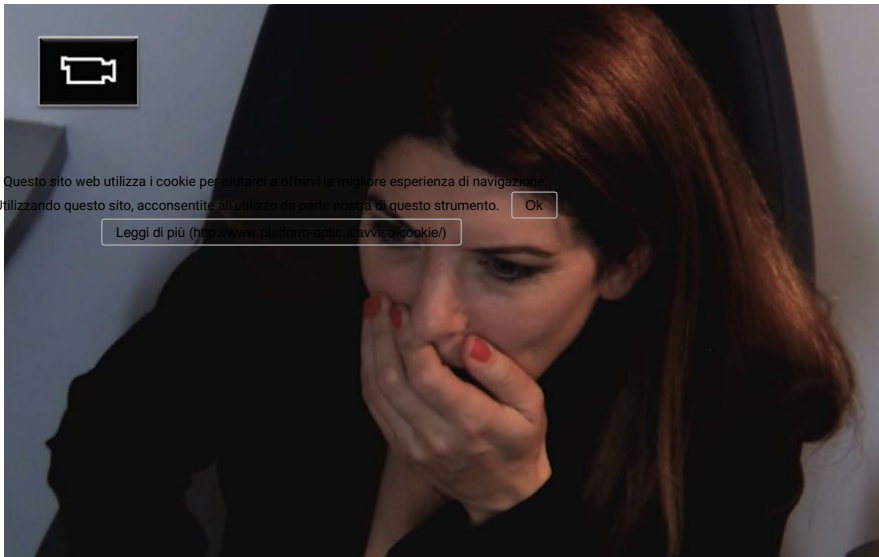


(<http://www.platform-optic.it/file/banner/mido/mido.html>)

Home (<http://www.platform-optic.it/>) / News (<http://www.platform-optic.it/category/news/>) / Al via la nuova campagna nazionale VisionOttica: gli "Occhiali per la vita" per #nonperderevista ciò che si ama (<http://www.platform-optic.it/al-via-la-nuova-campagna-nazionale-visionottica-gli-occhiali-per-la-vita-per-nonperderevista-cio-che-si-ama/>)

## Al via la nuova campagna nazionale VisionOttica: gli "Occhiali per la vita" per #nonperderevista ciò che si ama

News (<http://www.platform-optic.it/category/news/>) | 30/11/2015 | 0 Like | Share



Questo sito web utilizza i cookie per migliorare la tua esperienza di navigazione. Utilizzando questo sito, acconsenti all'utilizzo da parte nostra di questo strumento.  [Leggi di più \(http://www.platform-optic.it/avvisi-cookie/\)](#)

Dal 23 novembre al 31 gennaio 2016 VisionOttica, l'insegna globale di Vision Group con oltre 230 centri ottici sul territorio, lancia la sua nuova campagna nazionale completamente digital. Un'operazione che rompe gli schemi della pubblicità tradizionale nel settore dell'ottica per le modalità narrative e i contenuti.

Con un trattamento in stile real, nel corso dei prossimi due mesi, verranno lanciati 3 video che raccontano altrettante storie in cui riconoscersi. Sullo sfondo un esame della vista e un ottico optometrista VisionOttica a suggerire una riflessione sull'importanza del "vederci bene" nella vita quotidiana. Perché gli occhi sono la porta delle emozioni. Come quelle che si provano nel rivedere qualcuno che non vediamo da tanto tempo e abbiamo "perso di vista".

Parte integrante della campagna è il concorso "Occhiali per la Vita" che mette in palio per un fortunato consumatore una fornitura di occhiali per 30 anni. Tutti gli iscritti al concorso riceveranno, inoltre, uno speciale buono per poter acquistare nei centri VisionOttica soluzioni ottiche di qualità adatte a tutte le esigenze.

Con un approccio social gli utenti saranno coinvolti nella visione dei video e invitati a condividerli e i contenuti grazie ad un format guidato dall'hashtag #nonperderevista che permetterà di caricare una foto di qualcosa o qualcuno che vorrebbero rivedere. La campagna sarà promossa, oltre che sui canali digital di VisionOttica (il sito istituzionale, la pagina ufficiale su Facebook, il canale YouTube e le videovetrine) grazie alla presenza di banner e video su Google, su Facebook e sui maggiori portali di riferimento del target, il tutto georeferenziato intorno ai centri VisionOttica.

Centri VisionOttica che saranno, come sempre, protagonisti assoluti dell'iniziativa e che lanceranno la campagna attraverso il materiale di comunicazione nel punto vendita; i siti web a format; le pagine facebook; le campagne locali completamente personalizzate e una massiva attività di direct marketing su clienti attivi e potenziali realizzata centralmente grazie all'innovativo sistema di CRM utilizzato dall'insegna e diventato arma differenziante sul mercato.

Con questa operazione VisionOttica continua a lavorare sul suo posizionamento che mette al centro il professionista ottico e il ruolo che ha nella vita delle persone. Sostenendo parallelamente, con una call to action innovativa, la crescita del brand e il traffico sul punto vendita.

La campagna è realizzata in collaborazione con Essilor, partner di Vision Group nell'esclusivo progetto del "Catalogo di Lenti Oftalmiche VisionOttica powered by Essilor."

La creatività della campagna è firmata dall'agenzia di comunicazione Meloria. I video sono stati realizzati con il contributo della casa di produzione Kappacom e la regia di Federico Cambria.

[Vision Group \(http://www.platform-optic.it/tag/vision-group/\)](http://www.platform-optic.it/tag/vision-group/)

[VisionOttica \(http://www.platform-optic.it/tag/visionottica/\)](http://www.platform-optic.it/tag/visionottica/)

**f** (<https://www.facebook.com/PlatformOptic>)  
**in** (<https://www.linkedin.com/company/platform-optic>)  
**p** (<https://it.pinterest.com/platformoptic/>)  
**g+**  
(<https://plus.google.com/u/0/108256849704872375130>)  
**t** (<https://twitter.com/PlatformOptic>)  
**i** (<https://instagram.com/platformoptic>)  
**yt** (<https://www.youtube.com/channel/UCzG12-PBEtsfJo7Tz-UQ-og>)  
**rss** (<http://www.platform-optic.it/feed/>)



(<http://www.platform-optic.it/guida-aziende/>)

### NEWSLETTER

Iscriviti alla nostra newsletter per essere aggiornato con le ultime notizie ed essere invitato ai nostri eventi

Nome

Cognome

Città

Provincia

E-mail

[Informativa sulla privacy \(http://www.platform-optic.it/informativa-sulla-privacy/\)](http://www.platform-optic.it/informativa-sulla-privacy/)



([http://www.platform-optic.it/file/banner/frastema\\_ophthalmics/frastema\\_ophthalmics.html](http://www.platform-optic.it/file/banner/frastema_ophthalmics/frastema_ophthalmics.html))