

L'EVOLUZIONE DELLA PIATTAFORMA NATA ALL'INTERNO DELLA SOCIETÀ H-FARM **Zooppa.com, quando il social advertising funziona**

OGGI SONO OLTRE 16.000 GLI ISCRITTI ALLA COMMUNITY. LO SCORSO 19 APRILE UN EVENTO A MILANO

A un anno dalla nascita si preannuncia più che positivo il bilancio per **Zooppa.com**, la piattaforma di user generated content nata all'interno dell'incubatore tecnologico **H-Farm** con sede a Treviso. Un anno durante cui la community è costantemente cresciuta, giungendo a oltre 16.000 iscritti, numero che la colloca tra i primi siti a occuparsi di social advertising in Italia e non solo. Tanti sono gli aspetti che sono maturati e si sono perfezionati in questo primo anno di vita. *In primis* i contest, l'elemento fondante del meccanismo che regola il funzio-



namiento di Zooppa. Sempre più numerose sono le aziende, sia a livello nazionale sia internazionale, che hanno scelto la piattaforma come nuovo modello di pubblicità fondata su internet. Un progressivo successo che ha spinto Zooppa a implementare nel tempo le proprie funzionalità: dalla sezione Adv, interamente dedicata ai servizi per le aziende, al lancio della versione brasiliana, la società è costantemente in espansione per offrire un ser-

vizio di alto livello alle aziende e ai propri utenti. Un anno vissuto intensamente e celebrato con un evento appositamente dedicato: il 19 aprile a Milano, in concomitanza al **Salone del Mobile**, Zooppa ha dato vita al primo raduno della community. Un incontro *unconventional* e creativo, premiato dalla partecipazione degli utenti e dalla curiosità di chi non conosceva ancora Zooppa, inserito in un contesto che ha sottolineato al meglio l'attenzione per la creatività e l'innovazione che contraddistingue l'identità della community. Un tratto distintivo che non passa certo

inosservato: alcuni dei più noti brand nazionali e internazionali hanno investito e continuano a investire su Zooppa. **Mini**, **Tom Tom** e **Nestlé** sono le aziende che recentemente hanno scelto la piattaforma: Mini come supporto di comunicazione al lancio dei suoi due nuovi modelli, Tom Tom per un casting online volto a selezionare le nuovi voci guida dei suoi navigatori, **Kit Kat** per individuare forme di creatività su cui basare la campagna ufficiale. Dimostrazioni queste di come l'advertising user generated possa fondersi al meglio con una campagna tradizionale.

MEDIA 2.0 - MARKETING INNOVATIVO - E-COMMERCE AL SERVIZIO DEL BUSINESS

Gli eventi dedicati alla filiera dei Media nell'era delle nuove tecnologie



III EDIZIONE



Interactive Marketing
Mobile Marketing
Marketing non convenzionale
Social Network
www.ebaforum.it

13 - 15 Maggio 2008
fieramilanocity - MIC - Milano

III EDIZIONE



Newsletter, DEM
Creatività
Database nominative
Privacy
Misurazione
www.emailpower.it

II EDIZIONE



Proximity Marketing
Tecnologie e Applicazioni
www.proximityforum.eu

III EDIZIONE



Infrastrutture tecnologiche
Comunicazione e Promozioni
Strumenti di pagamento
Logistica e spedizioni
www.consorzionetcomm.it

I EDIZIONE



Broadcasting, Radio digitali,
Modelli di business
e ricerche mercato,
Cinema digitale,
Advergame e cartoon, Sport
www.media2expo.com

Organizzato da



Per maggiori informazioni
Tel 02/48100306
info@gowireless.it

**INGRESSO GRATUITO
RISERVATO AGLI OPERATORI
DEL SETTORE**