



QUOTIDIANO DEL MARKETING IN RETE

Anno VI martedì 19 giugno 2007 n.112

CAMPAGNA DECLINATA ANCHE VIA INTERNET PER IL PRODOTTO EURIZONVITA

Eurizon promuove online l'offerta pensioni



Un dettaglio del visual della campagna Eurizon Progetto Pensione Bis

CREATIVITÀ E PIANIFICAZIONE DI E-BUSINESS CONSULTING PER TUTTO IL MESE DI GIUGNO. PREVISTE ATTIVITÀ BANNER E KEYWORD ADV **2**

= INAUGURAZIONE DI GAZZARADIO Su Gazzetta.it lo sport suona adesso tutta un'altra musica

LA WEB RADIO DE LA GAZZETTA DELLO SPORT È REALIZZATA IN COLLABORAZIONE CON RADIO 105 **7**

CONCORSO

LASTMINUTE.COM E VAI IN AUSTRALIA

In collaborazione con **Mandarin Duck** e **Emirates**, bisogna trovare un biglietto virtuale **4**

PRONTO A PARTIRE L'OPERATORE MOBILE VIRTUALE

Young & Rubicam comunica in rete il debutto del servizio CoopVoce

PIANIFICAZIONE DELLA COMUNICAZIONE NEL MESE DI GIUGNO SU CORRIERE.IT E REPUBBLICA.IT **5**

BILANCI

10

AIR DOLOMITI, PIÙ CHE SODDISFACENTI I RISULTATI DEL GIOCO A PREMI ONLINE

In un paio di mesi 15 mila utenti si sono collegati al minisito del progetto sviluppato con **Mm-One**. In più attività banner, pay-per-click e viral mktg

CONCESSIONARIE

9

GAMETRAILERS.COM ENTRA NEL NETWORK DI MTV PUBBLICITÀ

Arricchita così l'offerta sul target 18-34 anni. Ogni mese il sito dedicato ai videogiochi conta più di 4 milioni di utenti unici, 155 mila in Italia



www.goal.com

CAMPAGNA PER L'OFFERTA PENSIONISTICA DELLA COMPAGNIA EURIZONVITA **Eurizon, pensione leggera oggi, ma solida domani**

CREATIVITÀ DEI BANNER E PIANIFICAZIONE DI E-BUSINESS CONSULTING PER TUTTO IL MESE DI GIUGNO

Un'offerta pensionistica con zero costi e zero spese, ma anche con la possibilità di modificare l'importo dei versamenti, con l'opzione di sospenderli e riprenderli a seconda delle necessità. Una flessibilità che al cliente fa particolarmente comodo e che rientra nella proposta di "EurizonVita Progetto Pensione Bis", il nuovo prodot-



to di previdenza complementare della società di assicurazioni del Gruppo Eurizon. Un prodotto che sta al centro di una campagna online gestita completamente da **E-Business Consulting**, società che opera nella consulenza marketing e nella comunicazione digitale e che ha coinvolto, con l'utilizzo di banner per tutto il mese di giugno, i maggiori siti di informazione

e portali: **Msn.it, Windows Live Messenger, Corriere.it, Gazzetta.it, Repubblica.it, Kataweb.it, Libero.it, Alice.it** (con sponsorizzazione fissa nella sezione Economia). Sempre per tutto il mese di giugno ci sarà attività di keyword advertising con **Google**. L'obiettivo della comunicazione è promuovere il nuovo prodotto di previdenza complementare lanciato dalla compagnia di assicurazioni Vita del Gruppo Eurizon. EurizonVita Progetto Pensione Bis è distribuito dalla rete dei consulenti previdenziali di EurizonVita (www.eurizonvita.it), network italiano specializzato in prodot-

ti previdenziali e di investimento per soddisfare le esigenze di risparmio di lungo periodo della clientela individuale. La campagna, incentrata sulla definizione di Progetto Pensione Bis "Leggero oggi. Solido domani.", utilizza il key visual della Linea Progetto, un caschetto giallo simbolo di protezione e capacità progettuale per il futuro, indicando il duplice vantaggio di questo prodotto previdenziale. Oltre al web, la comunicazione è declinata attraverso stampa, affissioni e radio, ideata nella fattispecie dall'agenzia **SaffirioTortelliVigoriti**.

Fabio Costantino

