



Parmigiano Reggiano ha sfruttato una campagna su Facebook e un concorso online per mettere in primo piano l'autenticità del suo prodotto.

Obiettivi

Parmigiano Reggiano desiderava:

- Aumentare il numero di fan su Facebook.
- Mettere in evidenza il valore nutrizionale e la versatilità del suo prodotto.
- Stimolare i commenti dei clienti.

Approccio

Parmigiano Reggiano, con l'aiuto dell'agenzia Aicod, ha dato nuova vita alla sua Pagina Facebook esistente. L'azienda ha iniziato con la pubblicazione regolare di informazioni sui vantaggi nutrizionali apportati dal suo prodotto, oltre a ricette in cui il parmigiano era usato come ingrediente principale e foto del formaggio. Sulla Pagina sono stati inoltre messi in evidenza gli atleti sponsorizzati da Parmigiano Reggiano.

L'azienda ha poi sviluppato un'applicazione specifica per la campagna e l'ha inserita nella sua Pagina Facebook. L'applicazione consentiva ai fan di giocare online e vincere una Fiat 500 come premio a estrazione.

L'azienda ha quindi creato inserzioni premium su Facebook per promuovere il concorso, con immagini di un famoso illustratore italiano. Queste inserzioni hanno raggiunto un pubblico molto vasto: quasi due milioni di persone.

Per rendere più efficace la campagna, sono stati creati diversi contenuti destinati a gruppi di persone specifici:

- Gli sportivi visualizzavano inserzioni sugli atleti sponsorizzati da Parmigiano Reggiano.
- Le mamme visualizzavano inserzioni sul valore nutrizionale del formaggio e sulla sua importanza nella dieta dei bambini.
- Gli amanti della buona tavola visualizzavano inserzioni con ricette da chef.

Per ampliare la portata della campagna, l'azienda ha usato notizie sponsorizzate per attrarre un pubblico ancora più vasto. Queste notizie comparivano sulle pagine degli amici dei fan e riportavano il nome dell'amico che era già fan. Le notizie sponsorizzate includevano anche un link che consentiva alle persone di connettersi direttamente alla Pagina di Parmigiano Reggiano e all'applicazione da cui partecipare al concorso, e le invitavano a diventarne fan.

Risultati

- Le persone che hanno cliccato su "Mi piace" sulla Pagina di Parmigiano Reggiano durante la campagna sono state quasi 100.000, trasformandola nella Pagina italiana di un prodotto DOP con più fan in assoluto.
- Tasso di coinvolgimento dei fan aumentato del 600%.
- Quasi 10 milioni di visualizzazioni per gli aggiornamenti dei post della Pagina durante la campagna.
- Generazione di molti commenti da parte dei clienti, tra cui ricette, foto, domande e suggerimenti culinari.

"Stiamo andando nella direzione giusta e intendiamo continuare a parlare direttamente con i nostri fan e clienti su Facebook"

Giuseppe Alai, Presidente del Consorzio del Formaggio Parmigiano Reggiano

Pagine

Applicazioni

Inserzioni

Inserzione di Facebook

Parmigiano Reggiano
Vinci una Fiat 500 Lounge con il concorso "I love Parmigiano-Reggiano". Metti alla prova la tua conoscenza del Re dei formaggi!

Mi piace · Piace a 118.416 persone.

Inserzione di Facebook

Parmigiano Reggiano
Energia per lo sport! Scopri perché Giuliano Razzoli, medaglia d'oro a Vancouver e tanti altri sportivi scelgono il Re dei formaggi

Mi piace · Piace a 118.425 persone.

Pagina Facebook

Parmigiano Reggiano
166.912 "Mi piace" · 15.129 ne parlano

Mi piace · Messaggio

Cibo/Bevande
Benvenuti sulla fan page ufficiale del Parmigiano-Reggiano su Facebook

166mil

TERREMOTO: aggiornamenti su Aggiornamenti sul situazione al

Informazioni Foto "Mi piace" Night Note 12

Parmigiano Reggiano, noto anche semplicemente come "parmigiano", è il re dei formaggi, uno degli alimenti italiani più conosciuti e apprezzati al mondo.

[Facebook.com/ ParmigianoReggiano](https://www.facebook.com/ParmigianoReggiano)