



Allianz Telematics

Allie rafforza la sua presenza online con la nuova  
campagna di primavera!



**Trieste 6, Maggio 2013** – Ad alcuni mesi dal lancio di Allie - il nuovo prodotto telematico dedicato alla sicurezza e al servizio agli automobilisti - Allianz Telematics rafforza la propria presenza pubblicitaria e punta tutto su web e social media, canali che si sposano perfettamente con il DNA dell'azienda e confermano la sua vocazione verso l'innovazione.

Quattro i pilastri fondamentali della strategia digital:

**Rafforzare l'awareness del prodotto.** Campagna display con presenza sui più importanti network online e attività di direct marketing con promozioni mirate a far conoscere il neonato prodotto caratterizzate da un concept simpatico e divertente veicolato attraverso il character Allie e incentrato sul tema della sicurezza in auto.

Per Allie è un *must* rendere la tecnologia, e in particolare la telematica, sempre più accessibile e *democratica*, disponibile per tutti e non più un lusso per pochi.

**Sviluppare l'Allie community.** Allie strizza l'occhio ai social network e dal 1° aprile è ufficialmente sbarcato su Facebook, il canale ideale per promuovere e sviluppare una vera e propria community attorno al simpatico personaggio. La strategia prevede un piano articolato sulla pubblicazione quotidiana di post che non si limitano solo alla sfera protezione e sicurezza, ma spaziano su tecnologia, automotive, viaggi, famiglia, sport e attualità, il tutto affiancato dallo sviluppo di gaming app per creare engagement all'interno della community. Un vero e proprio piano editoriale che vuol essere la *reason why* per un'interazione continua con la community stessa.

A pochi giorni dal lancio i risultati raggiunti sono oltre le aspettative: oltre 15 mila i fan iscritti alla pagina, circa 10 mila gli utenti che hanno giocato ad AllieDrive 4 Fan, la prima delle game app sviluppate attorno alla community, e centinaia i like e i commenti ai post.

**Promuovere la "sicurezza in auto"** attraverso video virali ad alto impatto. In collaborazione con una nota casa di produzione video attiva sul panorama nazionale sono stati sviluppati due video virali da diffondere online con l'obiettivo di sensibilizzare l'utenza al tema della "sicurezza in auto".

**Presidiare i Motori di Ricerca.** Nella strategia non poteva infine mancare il presidio dei risultati naturali e sponsorizzati su Google. In un web sempre più *prima fonte d'informazione* nel processo d'acquisto, diventa irrinunciabile essere trovati dagli utenti.

Allianz Telematics per questa campagna di primavera punta tutto su web: la scelta più naturale per comunicare Allie, prodotto che si avvia a definire una nuova categoria nel panorama della tecnologia al servizio del consumatore.

Investimenti e risultati tracciano per Allianz Telematics una strategia tutta "digital", seppur solo agli inizi, affiancata da un piano di sviluppo di mobile app molto ricco.



---

## **Allianz Telematics**

Allianz Telematics S.p.A., parte del Gruppo Allianz con sede legale in Trieste, è la società dedicata allo sviluppo di prodotti e servizi telematici per il mercato automotive e assicurativo. Costituita nel 2011, la società eroga servizi telematici ad Allianz SpA e alle altre imprese facenti parte del Gruppo Allianz SE. Attraverso la progettazione e sperimentazione di sistemi ad alta tecnologia per gli autoveicoli, Allianz Telematics offre soluzioni all'avanguardia nell'ambito della telematica e dell'infomobilità, ponendo al centro dell'attenzione il cliente e le sue esigenze. Con Allie, Allianz Telematics ha inoltre ampliato il suo ambito di attività alla realizzazione e alla gestione diretta di un prodotto innovativo studiato per il mercato retail e l'e-commerce.