

UOMINI & DONNE
DELLA COMUNICAZIONE

MONDO MARKETING

TREND METER

NEW SOCIAL

INTERVISTE

CAMBI POLTRONA

TIME OUT

FIERE ED EVENTI

VIDEO



HOME > MONDO MARKETING > MERCEDES-BENZ TRIONFA AL GP DI MONZA E SUI SOCIAL



Mercedes-Benz trionfa al Gp di Monza e sui social

Posted By: Redazione on: settembre 07, 2016 In: MONDO MARKETING, slider

Mi piace

Mercedes-Benz riunisce tutti i tifosi, da casa o dal circuito di Monza, sotto l'**hashtag #GoMB** per sostenere il **Team MercedesAMGF1** durante l'intera settimana del **GP** e tifare il loro campione con **#GoNico** e **#GoLewis**. A tutte le operazioni social ha collaborato il **Gruppo Roncaglia**.

Fil rouge dell'intera operazione e vero cult sui social sono state le due emoji dei volti dei piloti create in collaborazione con Twitter. Le due **emoji** (che appaiono ogni volta che si twitta **#GoNico** e **#GoLewis**) sono immediatamente diventate un fenomeno virale che ha coinvolto tutti: followers, tifosi, ambassador **Mercedes-Benz**, addetti al settore, testate TV che seguivano il **GP di Monza** e, su tutti, il **team MercedesAMGF1** e il pilota **Rosberg**. Un bacino di influenza che è cresciuto di giorno in giorno ed ha raggiunto il suo culmine nei momenti della gara quando il **profilo Twitter Mercedes-Benz Italia** si è animato di tante creatività istant durante il **live twitting** in diretta.

Tale successo non è da attribuirsi solo alla rete. Gli **emoji #GoLewis** e **#GoNico** hanno valicato il **digital** e si sono trasformati in simpatiche maschere che in tantissimi hanno indossato per mandare il loro sostegno e incitamento al team e ai piloti con **selfie** e **gif**. Un **fenomeno digital** che è diventato **guerrilla** e che, a sua volta, ha invaso la rete in un circolo virtuoso che ha portato risultati straordinari in termini di numeri, contatti ed **engagement**.

#GoMB è stato questo e molto altro. Nell'arco dei 4 giorni, il **profilo twitter Mercedes-Benz Italia** ha offerto un punto di vista assolutamente originale sul **GP d'Italia**. Condotti dall'**attore/YouTuber Edoardo Mecca**, gli utenti hanno assistito alla serata di beneficenza **Laureus** insieme a tante celebrità, hanno seguito le interviste ai piloti e alle personalità dello spettacolo e dello sport e molto altro ancora. Anche qui, le maschere e gli **emoji** hanno irrotto occupando la scena.

Una strategia lungimirante, un team social creativo e preparato, una partnership vincente con **Twitter Italia**: il risultato è un'operazione che ha portato **Mercedes-Benz** sul gradino più alto del podio anche sul web. Reach di **#GoNico** e **#GoLewis**: 10 milioni a livello mondo su **Twitter**; 2 milioni di visualizzazioni su **Facebook** e **Twitter**; oltre 40mila interazioni su **Twitter** e **Facebook**; +30% di **engagement**.

Twitter

f Share 0 Tweet 0 g+ Share 0 in Share 5 Pin Share 0



« Previous
Wind lancia "Con i tuoi occhi": 7 milioni di visualizzazioni

Next »
Manuela Lavezzari in Lenovo come Marketing Director EMEA



RELATED ARTICLES



Kylie Jenner
Kylie Jenner Drop! Tuoi available right
Kendall Kylie.com @kendallandkylie
CARICA ALTRI COMMENTI
Dell_Anae_Falun_bomb
mmeandbenoni_god_mia_hoo_Quefio
mmeandbenoni_Go
vrttheloveandthe_Very_great_000
tash_meligan_Go
emilysuarez_Go
323_karna_000
andrea_ballo_Go

Kylie Jenner la Top Influencer donna più famosa del mondo
maggio 30, 2017



La "mobilità senza pensieri" adesso diventa spot: Hurry sbarca su Sky tv
maggio 24, 2017



Via alla nuova campagna europea per la gamma Crossover Renault
maggio 19, 2017



FOCUS



Innovation e Customer Experience digitale i due pilastri di Vodafone Italia
dicembre 06, 2016



NEWSLETTER



I accept terms and conditions.

SIGN UP

LOGIN

You are not logged in.

Nome utente

Password

Accedi

[Dimenticato?](#) [Registrati](#)

ALL ABOUT ITALY



"Vincere insieme è il segreto del Made in Italy":
intervista a Paolo Del Panta, Editor in Chief di All About Italy

dicembre 19, 2016

BLOG



Francesco Quistelli

Fundraising 4 Posts

" Le parole per avere successo oggi nel fundraising: #1 Partecipazione"



Fabio Nobili

Out of Home 3 Posts

" L'Automazione nell'Out Of Home"



Mario Varriale

Programmatic Buying 2 Posts

" La creatività dei banner si fa con Excel"



Alessandro Sisti

Real Time Bidding 1 Posts

" Data Management Platform : come funzionano e a cosa servono (Parte 1)"



Andrea Fontana

Storytelling 1 Posts

" È il buio che porta la luce".

La fine del testimonial perfetto, l'eroe caduto e il nuovo ADV"

Più letti

Tag



Facebook celebra la Giornata Internazionale della Pace

settembre 21, 2016



Caroline Foster Kenny nominata Ceo di Ipg Mediabrands EMEA

settembre 07, 2016



Twitter consentirà di scrivere più di 140 caratteri

settembre 14, 2016



José Mourinho è il volto di Heineken per la Champions League

settembre 14, 2016



DUDE e Napapijri puntano all'Europa con la nuova F/W16

settembre 14, 2016

PARTNER

Centrostudi
Giornalismo e Comunicazione



Chi siamo

Contattaci

Privacy

Pubblicità

servizi imprese

LA6 Group s.r.l.

P.IVA 13263571005

Largo della Primavera 40, 00171 Roma

Tel. 06.87786375

Informazioni

segreteria@edizionisei.com

Comunicati

redazione@uominiedonnecomunicazione.com

Pubblicità

marketing@uominiedonnecomunicazione.com

Utilizziamo i cookie per essere sicuri che tu possa avere la migliore esperienza sul nostro sito. Se continui ad utilizzare questo sito noi assumiamo che tu ne sia felice.

Ok