

MARKETING E COMUNICAZIONE DIGITALE

DAI SOCIAL NETWORKS AL CONVERSATIONAL MARKETING

Master Part Time - 7 weekend non consecutivi

Roma, dal 30 settembre 2011 - 6ª edizione

Tel. 02 5660.1887 - Fax 02 7004.8601
info@formazione.ilsole24ore.com

GRUPPO 24 ORE

QUOTIDIANO DEL MARKETING IN RETE

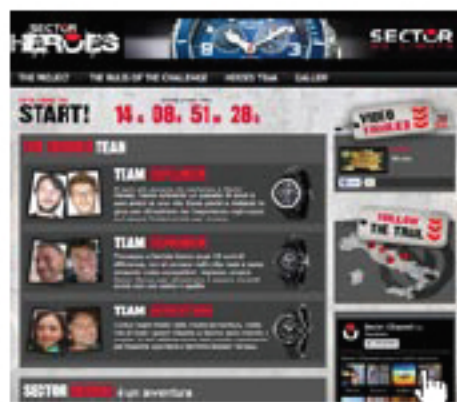
Anno IX - venerdì 23 settembre 2011 n.161

SONO PARTITI IERI DA MILANO I TRE TEAM SELEZIONATI PER L'INIZIATIVA **Sector Heroes, l'avventura è anche in internet**

WEBSITE DEDICATO, MONITORAGGIO SU GAZZETTA.IT E AGGIORNAMENTI SU TWITTER E FORSQWARE

Sono partiti ieri da Milano i 3 team selezionati da **Sector** per l'iniziativa speciale lanciata su tutto il territorio nazionale: "Sector Heroes". I team composti ognuno da due persone attraverseranno tutta l'Italia raggiungendo il punto più a Sud. L'iniziativa che punta sullo spirito d'avventura che è la filosofia del brand, è una competizione di 15 giorni dedicata alla natura e all'esplorazione: i nostri moderni eroi sono partiti da Milano con orologio Sector al polso - i team prendono il nome dall'orologio che gli è stato consegnato

e abbinato - smartphone **Vodafone**, attrezzatura da campeggio e un budget di 30 euro a testa. Vodafone è partner tecnico dell'iniziativa, **La Gazzetta dello Sport** è media partner e pubblicherà aggiornamenti sui team sull'edizione cartacea e su **Gazzetta.it**. Il percorso di ogni squadra sarà monitorato costantemente su **www.heroes.sectornolimits.eu**. Un altro ruolo importante dell'avventura Sector Heroes sono i social network, in particolare **Twitter** e **FourSquare**, ogni team avrà un profilo dedicato dove posterà quotidianamente tutti i check-



in effettuati e registrati tramite la piattaforma di geolocalizzazione FourSquare. Le squadre infatti ogni giorno avranno il compito di registrare più punti possibili in tema con il brand Sector: sarà fondamentale trovare luoghi che abbiano un contesto di avventura, bellez-

za e originalità. Oltre a svolgere un'attività fotografica i Sector Heroes dovranno registrare tutte le sere un video report della giornata passata dove racconteranno emozioni e fatti salienti di quello che hanno vissuto ogni giorno. La fase di promozione ha visto la creazione di un sito dedicato che verrà aggiornato durante la gara stessa, trasmettendo sensazioni, immagini, video e molto altro. Oltre a questo era stata lanciata una campagna promozionale di viral video, seeding su **Facebook**, di promozione su blog e di recruiting dei team.