

## Triboo lancia T-TALENT, la divisione dedicata all'influencer marketing e al talent management. Primo progetto 'Green & Blue' per E.ON

LINK: <http://www.adcgroup.it/adv-express/news/industry/industry/triboo-lancia-t-talent-la-divisione-dedicata-all-influencer-marketing-e-al-talent-...>



24/06/2020 15:45  
MercatoTriboo lancia T-TALENT, la divisione dedicata all'influencer marketing e al talent management. Primo progetto 'Green & Blue' per E.ON L'offerta in termini di coinvolgimento di pagine e volti noti sui social **media** viene inserita nelle logiche a performance ed e-commerce tipiche dei progetti del Gruppo, potendo beneficiare delle sinergie con le diverse testate giornalistiche editate dal Gruppo. **Triboo** ha ampliato la propria offerta di servizi legati al mondo dell'influencer marketing attraverso il rafforzamento della nuova business unit dedicata: T-Talent. L'offerta in termini di coinvolgimento di pagine e volti noti sui social **media** viene inserita nelle logiche a performance ed e-commerce tipiche dei progetti di **Triboo**, potendo inoltre beneficiare delle sinergie con le diverse testate giornalistiche

editate dal Gruppo. Le attività volte all'acquisto, alla raccolta di lead, alla generazione di traffico e a l l ' i n c r e m e n t o dell'awareness su prodotti o iniziative legate ai Brand vengono quindi rafforzate dalla possibilità di utilizzare l'ulteriore leva dell'influencer activation, selezionati sulla base della loro credibilità, qualità editoriale e coerenza all'interno di ogni progetto di comunicazione promosso. Attività semplici ma efficaci, un contenuto che funzioni, questi sono i pillar dell'offerta di T-Talent, in grado di seguire l'ideazione dell'attività dall'idea creativa fino alla reportistica della stessa. Il Caso E.ON - Il progetto Green & Blue E.ON, uno dei principali operatori energetici in Italia, si è affidata a **Triboo** per la gestione social e la promozione di due delle sue iniziative dedicate all'ambiente tramite l'influencer marketing.

Elemento caratteristico dell'attività è stata soprattutto la presenza di GIF animate, sticker e filtri Instagram personalizzati ad hoc. La continua innovazione dell'offerta nell'ambito della gestione social di **Triboo** si è dimostrata, infatti, un punto vincente in termini di risultati e engagement in questa operazione. Per l'occasione **Triboo** ha infatti creato un filtro per Instagram dedicato simulando l'immersione in diversi scenari marini, sfruttando le ultime novità in materia di realtà aumentata. Grazie a questa soluzione, i follower hanno potuto scegliere l'ambientazione preferita tramite un semplice tap e riprendersi mentre si trovano immersi in mezzo a un mare di bolle. Il filtro è stato lanciato sul canale @eon\_italia con il supporto della campagna di influencer marketing e, nei primi giorni di live, senza supporto **media**, ha

raggiunto più di 14k impressions. Il progetto ha poi previsto due attivazioni in termini di influencer marketing per due differenti campagne dedicate alla tutela dell'ambiente: da un lato l'ecosistema marino, dall'altro i boschi e la qualità dell'aria. Le campagne si inseriscono all'interno di un piano di comunicazione più ampio per il progetto di sostenibilità Green&Blue, che ha visto **Triboo** sviluppare creatività originali come mini-giochi su Giphy Arcade e sticker brandizzati. La prima attività è legata all'iniziativa "Energy4Blue", che vuole dare una risposta concreta all'emergenza dei nostri mari, partendo dalla tutela della biodiversità marina, delle spiagge e dei fondali marini per difenderli dall'inquinamento causato dalla plastica. In occasione della Giornata Mondiale degli Oceani, su una spiaggia nel Parco Nazionale del Gargano, è stata liberata la tartaruga marina "Blue", curata presso il Centro Recupero di Manfredonia di Legambiente grazie al sostegno di E.ON e dei clienti che hanno aderito al progetto sottoscrivendo l'offerta di energia da fonte rinnovabile E.ON LuceBlu. L'attività ha previsto la presenza attiva dei talent all'evento organizzato insieme a Legambiente, i

quali hanno documentato la giornata evidenziando i valori che hanno ispirato l'iniziativa promossa da E.ON. Per l'iniziativa sono stati selezionati una serie di influencer fortemente legati al territorio i quali, attraverso un format composto da Instagram stories e post, hanno raccontato alla propria fanbase il progetto. La campagna ha raggiunto oltre 1,2 milioni di persone con un picco di engagement rate del 4%. I post legati al progetto hanno registrato più di 190.000 visualizzazioni in 24 ore, di cui 70.000 nelle prime ore dopo la pubblicazione. La seconda attività è legata al progetto "Boschi E.ON", che ha recentemente raggiunto il traguardo di 100.000 alberi piantumati sul territorio italiano e rappresenta la più grande iniziativa di riforestazione portata avanti da un'azienda privata in Italia. I risultati raggiunti sono stati conseguiti in gran parte grazie ai clienti E.ON, che sono coinvolti in prima persona nel progetto tramite l'offerta dedicata E.ON GasVerde e il programma di customer engagement My Evolution. Per celebrare questo traguardo, sono stati coinvolti alcuni influencer che hanno raccontato l'esperienza attraverso i loro canali social

comunicando ai propri follower la partnership con il brand e promuovendo l'iniziativa "Boschi E.ON", che cresce ogni giorno grazie agli alberi piantati per ogni nuovo cliente acquisito. Gli influencer coinvolti, dopo aver acquistato una delle piantine proposte dal partner, hanno deciso di piantarla simbolicamente in casa propria a sostegno dell'iniziativa "Boschi E.ON." Entrambe le campagne avevano l'obiettivo di sostenere il posizionamento di E.ON come player attento e attivo nel campo della sostenibilità, rafforzandone la brand awareness.