

Aziende Babbi lancia un progetto di influencer marketing con iFood

Nessuno resiste alla curiosità di aprire un pacco misterioso e scoprire cosa contiene. E proprio questo istinto irrefrenabile è alla base del grande successo del fenomeno digital dell'unboxing. Influencer, youtuber e blogger che popolano la rete, sempre più frequentemente svelano in diretta sui propri canali social i contenuti di prodotti ricevuti dai marchi, facendo condividendo con i propri follower la stessa emozione dello svelamento della sorpresa.

IL PROGETTO DI IFOOD CON BABBI

iFood, la community italiana di food blogger del network di Netaddiction, ne propone ora una "golosa" versione grazie alla collaborazione con Babbi, la storica azienda dolciaria romagnola conosciuta in tutto il mondo. Cinque foodblogger della community di iFood, selezionate per affinità con il brand, hanno ricevuto a casa una mystery box e hanno condiviso il momento dell'apertura della scatola sui social con i propri follower attraverso dirette live su Instagram e Facebook, foto, post e story in cui mostravano i dolci contenuti del pacco. Ogni attività social è contraddistinta dalla presenza dell'hashtag #ilovebabbi e tag all'azienda

La community italiana di food blogger si mette alla prova con unboxing di mystery box e challenge culinarie per realizzare la ricetta migliore utilizzando i prodotti della nota impresa dolciaria romagnola



per generare e accrescere la brand awareness di Babbi grazie a contenuti originali e di qualità.

LA SFIDA

Una volta soddisfatta la curiosità, è partita la sfida: una vera e propria challenge tra le food blogger coinvolte, per realizzare la ricetta migliore con i prodotti Babbi messi a disposizione. Due ricette a testa, per un totale di dieci ricette, per valorizzare al meglio i prodotti del marchio che ha inviato alle blogger creme spalmabili (Cremadelizia) in vari gusti e preparati per cioccolato in tazza (Cioccodelizia).

LA VEICOLAZIONE DEI CONTENUTI

I contenuti vengono veicolati anche sui canali uff-

ciali di iFood aumentando ancora di più l'esposizione del brand e generando sempre una maggiore interazione e engagement con i follower, rispondendo alle loro domande e curiosità. Con la attuale modalità di Instagram che permette di mettere in evidenza le story e renderle permanenti, la visione degli unboxing non si limita più alle 24 ore successive alla pubblicazione e si arricchisce di nuovi contenuti ogni volta che una nuova blogger realizza le proprie story con i prodotti Babbi. Non è stato dimenticato neanche Pinterest, uno dei social più utilizzato dalle food blogger per prendere ispirazione o pubblicare i propri piatti: per il progetto con Babbi ad ogni

immagine sono state associate delle rich pin che mostrano gli ingredienti utilizzati per la realizzazione del dolce ritratto nella foto. Le blogger coinvolte sono Valentina Pilia, Nadina Serravezza, Mary Vischetti, Erika Paravano, Valentina D'aniello e Manuela Bonci.

FORMAT ORIGINALE

"Abbiamo pensato questo nuovo format specialmente per i brand di prodotti food, elettrodomestici ed attrezzature per la cucina. Siamo felici che Babbi sia stato il primo prestigioso brand ad utilizzarlo. Si tratta di un modo originale per svelare e scoprire delle novità di mercato che non vengono solo mostrate in maniera sterile ma messe

subito in opera per realizzare ricette di ogni tipo - commenta Andrea Pucci, Ceo e Founder di Netaddiction -. È proprio nella natura delle nostre blogger approcciarsi ai brand in maniera genuina e onesta, creando con impegno contenuti di valore ed evitando tutti gli strumenti che permettono di ottenere grandi numeri con il minimo sforzo. La nostra attenzione alla qualità e alla fidelizzazione dei nostri follower ci ha sempre ripagati e con questo spirito stiamo preparando tutte le attività che vedranno coinvolta iFood nei prossimi mesi".

IFOOD PENSA AL FUTURO

La testata è infatti impegnata nei prossimi mesi come media partner di Cibus, insieme a I Love Italian Food, e gestirà l'intera area Food Well al prossimo Rimini Wellness e, con Kitchen Aid, sarà a capo dell'unica area adibita alle performance ed agli show cooking per le dimostrazioni dei libri al Salone del libro di Torino, previsto per il prossimo maggio. "iFood ha da poco rinnovato la sua redazione che ora composta da 7 food blogger con skill e competenze diverse e complementari. Saranno loro a gestire i nuovi progetti da realizzare con la community: ricette pensate per i pet lover, una guida pratica su come realizzare a casa un sushi perfetto e tanto altro ancora", conclude Pucci.

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

