

/ sito web

I AKI RIDISEGNA LA DIGITAL STRATEGY DI BORMIOLI ROCCO TABLEWARE

3 MAGGIO 2017



I AKI, agenzia milanese di brand engagement, ha interamente ridisegnato la digital strategy di **Bormioli Rocco Tableware**, business unit del gruppo industriale che vanta una posizione di leadership a livello mondiale nella lavorazione del vetro.

Il gruppo raggiunge 440 milioni di euro di fatturato nelle due Business Unit Pharma e

Tableware, con 8 stabilimenti produttivi distribuiti in 3 paesi (Italia, Francia, Spagna). La nuova digital strategy rispecchia perfettamente la brand identity dell'azienda e ridefinisce la presenza della divisione Tableware online.

La strategia fa leva su una piattaforma modulare e multilingue di ultimissima generazione, che integra i contenuti dei cinque siti preesistenti e può virtualmente integrare tutte le future esigenze e le operazioni speciali.

Il nuovo sito non è solo una vetrina, ma “uno strumento di marketing strategico e operativo nelle mani dei diversi settori della Business Unit”, come spiega il marketing director B.U. Tableware **Silvia Granocchia**.

L'integrazione dei contenuti preesistenti e l'introduzione di quelli nuovi passa per una ristrutturazione della user experience a livello di visual restyling, architettura digitale e meccanica interazionale. La digital strategy mette in primo piano il concetto di customer journey della sezione Tableware, creando per l'utente un percorso intuitivo e stimolante.

Ciò si traduce in un volume enorme di contenuti – le Italian Table Stories – che “raccontano” il prodotto e si legano in modo naturale al mondo dei social media.

“L'intero progetto è social by design, lega i contenuti del sito con la galassia dei social che li distribuisce e li rende virali, scatenando l'engagement intorno ad essi”, spiega il ceo di IAKI **Sandro Marchetti**.