

Vuoi farti notare sul web?
Fai click su **PK**



QUOTIDIANO DEL MARKETING IN RETE

Anno VI - venerdì 1 febbraio 2008 n.19

CREATIVITÀ DI XISTER, POSIZIONAMENTO DELLA VETTURA IN FASCIA ALTA Mercedes Classe C, il web è il suo palcoscenico

PIANIFICAZIONE DI MEDIAEDGE: CIA DAL 21 GENNAIO AL 17 FEBBRAIO, CREATIVITÀ FIRMATE DA XISTER

“**N**uova Mercedes Classe C Station Wagon. Il mondo è il suo palcoscenico”. Con questo claim si presenta al pubblico del web la nuova autovettura di casa Mercedes-Benz, posizionandosi chiaramente come un'auto di alto profilo rivolta a un pubblico di fascia alta. Non a caso lo stesso slogan sta a voler indicare la Classe C come regina incontrastata del palcoscenico automotive. Per questa campagna, partita in rete il 21 gennaio, la casa automobilistica tedesca si è affidata alle creatività di **Xister**,



La personalizzazione della home page di www.corrieredellosport.it

che ha utilizzato diversi formati impattanti, come la personalizzazione di alcune home page (come è avvenuto nel caso di

Corrieredellosport.it, per promuovere gli show room del 25, 26 e 27 gennaio), box, overlay e altri. Pianificazione curata da **Mediaedge:cia**, che terminerà il 17 febbraio, e che interesse i seguenti siti: **Autoscout24.it**, **Infomotori.com**, **Quattroruote.it**, **Luxgallery.it**, **Corriere.it**, **Gazzetta.it**, **Virgilio.it**, **Ansa.it**, **Libero.it**, **Repubblica.it**, **Newstreet.it**, **Msn.it**, **Omniauto.it**, **Yahoo.it**, il blog di **Dada**, **Corrieredellosport.it**, **Fastweb.it**, **Ticketone.it**, **Gqonline.com**, **Style.it**, **Ilsole24ore.com**, **Borsaitaliana.it**, **lastminute.com**.

D.F.