Nestlé collabora con Buzzoole per due campagne di influencer marketing

nestle-buzzoole-4c87e5a7

Buzzoole, influencer marketing solution provider leader in Europa in grado di connettere i brand ai content creator attraverso l’utilizzo dell'Intelligenza Artificiale, presenta la collaborazione con **Nestlé** volta alla realizzazione di due attività di **influencer marketing**.

Due le campagne messe a punto da Buzzoole, la prima dedicata alla gamma di **prodotti Fitness**, cereali realizzati con frumento e avena integrale capaci di fornire ad inizio giornata l’energia necessaria per raggiungere gli obiettivi quotidiani, e la seconda rivolta a **Nescafé**, in particolare Nescafé Gold e Nescafé Classic, il caffè conviviale, compagno ideale di ogni momento della giornata.

Buzzoole per Nestlé Fitness: la campagna #FitnessHomeGame

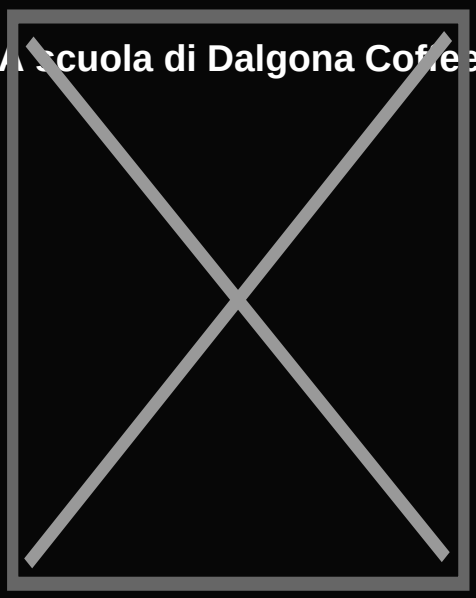


Il progetto ha visto il coinvolgimento dell’influencer marketing solution provider per supportare l’iniziativa ‘**World Fitness Game**’, ideata da Nestlé Fitness con l’obiettivo di creare delle vere e proprie olimpiadi home made con partecipanti provenienti da ogni nazione. La campagna studiata da Buzzoole, che si è sviluppata nel corso dei mesi di aprile e maggio,

ha fatto leva su un gruppo di 20 creator, sportivi e fit addicted, che hanno partecipato interpretando una disciplina olimpica con i mezzi disponibili a casa.

Gli influencer coinvolti hanno condiviso le proprie gesta atletiche attraverso post e storie su Instagram utilizzando un adesivo personalizzato creato ad hoc da Nestlé e l'hashtag #FitnessHomeGame.

A scuola di Dalgona Coffee con Nescafé e Buzzoole



Il brand Nescafé è sempre stato attento alle nuove tendenze e a cogliere i trend emergenti. Reinventandosi costantemente è diventato, non più solo il nome di un prodotto, ma il simbolo di un modo di pensare e di uno stile di vita alternativo che vive in ogni momento della giornata, anche nel brunch.

Un mondo innovativo che, grazie a una vasta gamma di prodotti, permette di gustare e vivere il rituale del caffè in maniera sempre nuova e attenta alle preferenze di ognuno. Seguendo il trend del momento, Nestlé ha quindi lanciato la challenge Dalgona Coffee, la ricetta del cappuccino al contrario nata in Corea del Sud e che ha fatto il giro del mondo grazie al web.

La campagna della durata di un mese (dal 20 maggio a fine giugno) ha visto coinvolti 8 medium creator dei settori family e lifestyle che si sono sfidati a colpi di caffè, mostrando la particolare realizzazione di questo cappuccino estivo attraverso gli hashtag #DalgonaCoffeeChallenge e #NescafeDalgonaCoffee. Scopo dell'iniziativa, mostrare la realizzazione della ricetta del nuovo Dalgona Coffee utilizzando i prodotti Nescafé Classic o Nescafé Gold.

"Siamo lieti di essere stati scelti da Nestlé, realtà leader nel settore alimentare a livello globale, per lo sviluppo delle attività di influencer marketing di due prodotti di punta del brand con focus particolare alla fase di awareness nel funnel di marketing", dice **Gianluca Perrelli**, Chief Executive Officer di

Buzzoole. “Con Nestlé abbiamo realizzato una collaborazione che ha visto la realizzazione di due campagne con lo scopo di informare il consumatore e mantenere alta l’attenzione sui benefici dei singoli prodotti. L’influencer marketing sta diventando sempre più importante soprattutto nelle fasi alla base del processo di acquisto dei consumatori e le aziende di ogni livello ne riconoscono i benefici integrando queste attività al resto del piano di marketing”.