

COMUNICATO STAMPA

**Due premi Freccia d'Oro per ContactLab.
Premiate le due campagne realizzate per illy e UNHCR:
due categorie diverse, un unico approccio vincente.**

Milano – 14 maggio 2010. La partecipazione di **ContactLab** all'ultima edizione di **Freccia d'Oro**, organizzata da **Assocomunicazione**, ha visto un'eccezionale **vittoria in entrambe le categorie** in cui si era candidata. Nel corso della cerimonia, tenutasi ieri giovedì 13 maggio durante la Fiera Omnicom, sono stati consegnati i riconoscimenti alle **migliori campagne di marketing relazionale** realizzate. In particolare, i due premi Freccia d'Oro per ContactLab sono stati assegnati per le categorie **“non profit”** per **UNHCR** (Agenzia ONU per i rifugiati) e **“vendita a distanza”** con **illy**. Due settori quindi molto diversi, accomunati da una elaborazione strategica che ha conseguito ottime performance rispetto ai due obiettivi specifici: raccolta fondi per UNCHR e vendita online per illy, con una campagna internazionale dedicata all'incremento del fatturato negli eSHOP europei.

Il valore delle due campagne, è dimostrato dai fatti: incremento dei contatti per entrambe, degli acquisti per illy e delle donazioni per UNHCR. Si tratta della dimostrazione di come sia possibile realizzare una **comunicazione di relazione efficace**, grazie ad una visione strategica matura e ad una competenza specifica nella costruzione di processi di comunicazione digitale con l'e-mail marketing come elemento centrale.

ContactLab ha presentato i **due progetti del suo reparto agency interno**, di cui ha curato sia l'impianto strategico che la creatività e l'implementazione. Le e-mail con un alto tasso di conversione e capaci di sviluppare una relazione continuativa sono quelle che veicolano il messaggio giusto alla persona giusta al momento giusto. L'approccio al direct marketing di ContactLab è incentrato su questo **principio di pertinenza**: ragionare in termini di scenari comportamentali, pensando ad ogni tappa del processo di relazione dell'utente con il brand o l'associazione, elaborando proposte che rispondano alle attese e ai bisogni in un momento specifico.

La campagna realizzata fra marzo e dicembre 2009 per **UNCHR** ha conseguito risultati quali l'incremento del **90%** di **raccolta fondi** in occasione di appelli speciali e un **aumento degli iscritti alla newsletter** pari al **190%**. In questo caso, gli obiettivi erano di acquisition di nuovi contatti, fidelizzazione

dei donatori occasionali, incremento dei donatori regolari e, in generale, di potenziamento della raccolta fondi.

Per **illy**, la campagna finalizzata alla vendita online di prodotti dell'azienda (caffè, macchine da caffè, accessori, cioccolato, the) attraverso gli eSHOP Italia, Francia, Germania, Spagna, Olanda, è ancora in corso. Tra gli obiettivi: creare una strategia di acquisizione e mantenimento di contatti prospect e clienti, instaurare una relazione di fiducia tra il marchio illy e il suo target, dare visibilità ai prodotti illy e incrementare il fatturato del canale e-commerce. Le campagne e-mail hanno generato un **incremento medio del traffico** verso i siti illy eSHOP del **30%** e un **ritorno medio di 11,61 euro** di fatturato per ogni euro investito.

Ufficio Stampa ContactLab

Filippo Cartosio
Via Natale Battaglia, 12 - 20127 Milano (Italy)
Tel.: +39 02 28 31 181
Mobile: +39 339 338 78 18
Fax: +39 02 70 03 02 69
E-mail: ufficiostampa@contactlab.com

CONTACTLAB

ContactLab è un'azienda specializzata in soluzioni e consulenza di e-mail, sms e digital direct marketing, presente in Europa con uffici a Milano, Madrid, Parigi, Londra e Monaco di Baviera. L'expertise acquisita dal 2000 ad oggi nella gestione di oltre 800 clienti in tutti i settori ha consentito di sviluppare un mix completo di tecnologia e consulenza che spazia da soluzioni 'chiavi in mano' a personalizzazioni avanzate per la gestione di campagne internazionali a 360°. ContactLab offre consulenza in marketing digitale (realizzazione newsletter e campagne DEM); tecnologia per la gestione delle campagne sui canali e-mail (oltre 25 milioni di spedizioni al giorno), sms, fax e sondaggi, con analisi statistiche, comparative e di performance; consulenza nella creazione di campagne di acquisizione utenti, di concorsi e giochi online per incrementare gli iscritti al database, di programmi di incentivazione e fidelizzazione. ContactLab si avvale di un team di oltre 70 professionisti esperti in information technologies and systems, comunicazione e marketing, business development, Internet e strategie e-mail. Per maggiori informazioni, www.contactlab.com.