



By: [lizard wijanarko](#) – All Rights Reserved

Il passaggio da utenti di social network a testimonial pubblicitari può essere breve. L'esempio lo ha dato Groupama Assicurazioni che ha scelto i nuovi volti della sua campagna di comunicazione tra i fan della sua pagina Facebook, selezionando dieci nuovi testimonial. Una strategia che investe sul carattere social dei mezzi a disposizione e punta sui risultati ottenuti dalla pagina Facebook Felice Groupama e dal canale Youtube. «Il cliente è al centro della nostra visione fino a diventare il protagonista della campagna: è il messaggio che abbiamo cercato di lanciare con lo spot Felici in buona compagnia», spiega Giorgia Freddi, direttore comunicazione di Groupama. «La nostra pagina Facebook è diventata una community sempre più partecipata. C'è stato un grande entusiasmo e disponibilità da parte dei nostri clienti. Queste persone hanno voluto prestare i loro sorrisi per testimoniare la loro soddisfazione e la qualità del servizio di cui possono disporre attraverso la nostra rete di agenzie». Per la selezione la Compagnia ha messo a disposizione su Facebook l'applicazione “Appy Casting”, che ha dato vita ad un vero e proprio casting online, al quale in una decina di giorni hanno partecipato oltre 150 persone, quasi tutte già clienti di Groupama. Gli utenti della pagina si sono messi in gioco ed hanno inviato una foto che li immortalasse in un momento di felicità. Poi gli autori degli scatti migliori sono stati scelti per partecipare alla campagna. Il claim ‘Felici, in buona compagnia’ gioca sul doppio significato della parola ‘compagnia’, che rimanda ovviamente alla natura dell'impresa assicurativa, ma anche a quelle idee di ‘condivisione, affiatamento e vicinanza’ attraverso le quali Groupama vuole promuovere la propria rete, costituita da oltre 1.000 agenti distribuiti su tutto il territorio italiano. La campagna – firmata Saatchi & Saatchi – resterà on air fino a fine mese puntando su mezzi tradizionali e digital. L'applicazione su Facebook utilizzata da Groupama per reclutare i testimonial per la sua nuova campagna pubblicitaria.

da Repubblica.it