



Comunicato Stampa

#videoevolves #ebuzzingstyle

DOMINATION BRANDED VIDEO EXPERIENCE: EBUZZING INAUGURA LA II STAGIONE CON L'AUTOMOTIVE

Mercedes-Benz è il primo brand del 2014 ad adottare questa soluzione strategica che fu promossa, per la prima volta in esclusiva europea, lo scorso anno da 16 marchi multinazionali.

[Il nuovo sito di Ebuzzing](#)
[Guarda il Video Ebuzzing Re-Launch](#)

Milano 03 Marzo 2014 | *"Lo sai cosa le manca? Niente."* (cit. recita lo spot). La nuova Mercedes-Benz classe A, 160 CDI con Intelligent Drive, ha inaugurato la stagione 2014 celebrando l'esclusiva feature con un'operazione di "video advertising Domination" firmata Ebuzzing.

24 ore di total unique brand: lo screen-layer del formato Captiview durante il primo giorno di campagna è stato, infatti, interamente customizzato con gli elementi creativi della campagna del brand automobilistico. Il dipartimento Media di Ebuzzing, direttamente responsabile della prestigiosa operazione, si dichiara soddisfatto perché sin dalle prime ore è stato registrato un elevatissimo tasso di engagement.

"Lo scorso anno abbiamo realizzato oltre 16 domination - ha dichiarato Giuseppe Bronzino, General Manager di Ebuzzing Italia - settori come l'automotive, il tech e l'entertainment sono stati i più ricettivi su un'operazione di marketing di questo tipo. La domination è una strategia premium sia in termini di costi (per sviluppo e distribuzione), sia per quanto riguarda l'esclusività che concediamo a tutto il network di Ebuzzing Media, per la durata di 24 ore. Il vantaggio su tutti che ne consegue è quello di poter ottimizzare il traffico di qualità traghettato sul video e su tutti gli elementi del formato rich media che la ospita. L'operazione "Domination" permette di accrescere il coinvolgimento dell'audience, favorendo un dialogo tra utente e brand senza filtri, anche per questo motivo abbiamo deciso di declinarla sui nostri formati mobile.

Solitamente il captiview ospita fino a 3 video pubblicitari differenti. Si tratta, infatti, di un formato rivoluzionario con selettore video multiscelta, posizionato sui contenuti premium di siti e portali di informazione. Esso è in grado di fornire una tripla targetizzazione dell'audience sempre coerente con il prodotto. Una delle 3 è direttamente effettuata dall'utente quando decide di guardare uno dei 3 video proposti dal selector.

Circa Ebuzzing

Ebuzzing è una video technology company leader mondiale nel mercato del digital advertising. Crea esperienze video di grande impatto attraverso il posizionamento di contenuti pubblicitari nei social media e sui premium website. Fino ad oggi ha distribuito migliaia di campagne per i principali brand multinazionali tra cui Heineken, Acer, LG, Samsung, Evian e Adidas. Fondata da Bertrand Quesada e Pierre Chappaz nel 2007, conta 250 dipendenti con uffici a New York, Londra, Francia, Italia, Germania, Spagna, Lussemburgo, Marocco e Dubai. Il suo dipartimento R & D è rappresentato da oltre 50 ingegneri, sempre orientati a lavorare con la missione dell'innovazione. Ebuzzing ha ottenuto finanziamenti per un totale di € 24.000.000 da Lightspeed Ventures, Gemini Ventures, GIMV e TF1.

PR & Marketing – Antonella La Carpia – 327.3779394

THE GLOBAL EXPERTS IN ONLINE VIDEO ADVERTISING

