



Aziende Boom per la nuova web serie BTicino. Firma The Story Group

Aziende La web serie "Il Mistero Sottile" di BTicino con The Story Group è un successo

Realizzata con la collaborazione di Social Content Factory (parte di The Story Group), l'attività è stata visualizzata oltre 6 milioni di volte ed è stata selezionata per accedere alle finali di Cortinametro

Brillante esordio nella fiction narrativa per BTicino. Si è conclusa, infatti, con un grande riscontro di audience e interazione del pubblico la serie Il Mistero Sottile, un racconto dal forte impatto emotivo con al centro la dimensione del mistero che ha adottato un formato cinematografico e uno sviluppo seriale realizzata da Social Content Factory, la videostrategy company di The Story Group - Nati

per raccontarti. Hanno contribuito al successo della serie l'interpretazione di Giorgio Pasotti nei panni del protagonista, la regia di Nicola Martini, la Direzione artistica esecutiva di Andrea Stagnitto, fondatore di Social Content Factory, e la produzione esecutiva di Alessandro Naboni. Il branded content in sei puntate da tre minuti l'una ha visto Pasotti nei panni di un avvocato quarantenne che cerca di trovare la risposta agli interrogativi legati all'improvvisa scomparsa della moglie. I prodotti di BTicino sono stati i co-protagonisti nel far luce sul mistero, vera e propria parte strutturale della trama secondo la tecnica del plot-placement.

I NUMERI DEL SUCCESSO

Il Mistero Sottile è riuscita ad appassionare il pubblico, come dimostrato dalle oltre 6 milioni 400 mila visualizzazioni su Facebook

e Youtube. Il picco di visualizzazioni è stato raggiunto dall'ultimo episodio della webserie che ha superato da solo 1 milione 600 mila visualizzazioni. Complessivamente i sei episodi hanno conseguito una reach superiore agli undici milioni di utenti. La serie ha generato inoltre un numero molto consistente di interazioni con oltre 24 mila mi piace, oltre 2 mila commenti e più di 3.200 condivisioni. La serie è stata selezionata per accedere alla fase finale di Cortinametro, la manifestazione dedicata al mondo dei corti che si svolgerà a Cortina d'Ampezzo dal 20 al 26 marzo.

UN RACCONTO INTEGRATO

Il racconto integrato si è sviluppato su diverse piattaforme online, che hanno visto interagire il pubblico con la storia attraverso una linea complementare su Instagram e un concorso a premi sul minisito internet www.ilmisterosottile.it a cui hanno partecipato 4.400 persone. Il branding è stato sviluppato da Cabiria BrandUniverse con il supporto tecnico di Creeostudio per il minisito, mentre la creazione dei contenuti social e l'attività di ufficio stampa sono stati gestiti da Lifonti & Company.

I COMMENTI DEI PROTAGONISTI

Franco Villani, a.d. BTicino ha commentato: "La serie per noi è stata anche un successo dal punto di vista di marketing, ci ha permesso infatti di migliorare la nostra capacità di accompagnare in modo più coinvolgente ed efficace i nostri clienti nel corso della customer journey". Diego Lifonti, presidente di The Story Group - Nati per raccontarti, ha dichiarato: "La risposta del pubblico ha dimostrato il gradimento di un progetto basato sulla qualità e sulla originalità. Questo tipo di format, dotato di una forte creatività ma anche di notevoli potenzialità di interazione possono avere un grande riscontro dando ai brand la possibilità di parlare al proprio pubblico in prima persona. Sono anche state molto apprezzate le possibilità fornite dalla dimensione multi-canale della storia per costruire la quale abbiamo realizzato un branding e una digital strategy ad hoc".



► 2 marzo 2017

bTicino presenta

L'INFERNO SOTTILE

La nuova serie con Giorgio Pasotti

Guarda la sesta puntata

GUARDA LE PUNTATE PRECEDENTI

01 02 03 04 05 06

Scopri chi ha fatto luce sul mistero

Misteri e rivelazioni sui personaggi