



Friendz - il digital marketing dall'anima rock'n'roll. Una community social di persone comuni che raccontano i Brand.

Friendz nasce nel 2015 dall'incontro tra Cecilia Nostro, Daniele Scaglia e Alessandro Cadoni, a cui successivamente si è aggiunto Giorgio Pallocca in qualità di CTO: sono loro i fondatori che hanno accompagnato questa realtà nel salto decisivo da progetto ad azienda.

Questa crescita molto rapida è stata resa possibile da un'ICO (*Initial Coin Offering*) lanciata per immettere sul mercato la propria cryptovaluta - i *FriendzCoin* - che ha permesso di raccogliere i fondi necessari per ampliare e strutturare l'azienda, il cui team ha una media d'età **under 28**. Subito dopo l'ICO sono state introdotte due "sagge" figure - **Elia Blei** come General Manager Italia e **Pietro Cassago** come CFO - e, ben presto, quella che era solo un'idea su carta è diventata una realtà imprenditoriale che oggi conta collaborazioni con **oltre 200 brand** multinazionali ed un team in continua espansione di **oltre 50 dipendenti**, distribuito tra gli uffici di **Chiasso, Milano, Madrid e Roma**.

Nella "*fabbrica*" di Chiasso si trovano i reparti tecnici (AFC, Community, R&D e Operation), mentre nei "*negozi*" di Milano e Madrid sono riunite le squadre che aiutano i brand a far fruttare al meglio tutti i servizi Friendz, creando delle strategie a tutto tondo per loro. A Roma, invece, resta la base operativa degli sviluppatori.

In questi anni Friendz è cresciuta sempre di più, definendo la propria identità all'interno del panorama del marketing digitale, puntando sull'innovazione e sulla creatività. Oggi Friendz è un'azienda fuori dagli schemi che coinvolge quotidianamente la sua community di **270.000 persone comuni in Italia e 50.000 in Spagna** in numerose attività online tramite la propria App (disponibile gratuitamente tramite [web app](#), [Google Play](#) e [App Store](#)), accorciando così le distanze tra le persone e i loro Brand preferiti.

L'idea è nata per poter dare alle aziende un nuovo - e fino ad oggi inaccessibile - canale di marketing: i **profili social privati delle persone**. Non influencer, blogger o Vip, ma persone con una media di 1000 amici ciascuno, seguite dalle persone che conoscono realmente. Alla base di Friendz c'è un'idea tanto semplice quanto impegnativa, fondata sulla forza e sulla fiducia dei legami personali: portare il "**passaparola**" dall'offline all'online.

La vera innovazione consiste nell'aver offerto ai brand migliaia di voci che potessero diffondere i loro messaggi di comunicazione in maniera più spontanea, genuina e credibile, proprio perché creati e condivisi dalle persone stesse con il loro pubblico di amici e conoscenti.

L'attività principale che Friendz fa svolgere ai suoi utenti è la produzione di contenuti fotografici - che prendono il nome di **User Generated Content** - su richiesta delle aziende, dando in cambio crediti spendibili nei principali e-commerce. La vera forza degli UGC non risiede solo nella produzione del contenuto, ma soprattutto nella sua successiva pubblicazione sui profili Facebook ed Instagram degli utenti, permettendo così di raggiungere milioni di persone.

Non si tratta solo di fotografie, ma anche di Instagram Stories, Boomerang, Rewind e brevi video che, una volta creati, vengono validati dagli approvatori Friendz per garantire la brand safety.

Le capacità e le potenzialità della Community, però, non si esauriscono solo con la produzione di contenuti! Infatti Friendz sta ampliando e diversificando la quantità e la tipologia di servizi da offrire ai propri clienti, diventando una realtà sempre più solida. Gli utenti vengono così coinvolti in numerose attività, che spaziano dalle *Ricerche di Mercato* ai *Contest*, dai *Drive To Store* ai quiz in tempo reale, fino ad azioni social per amplificare la copertura dei post istituzionali delle aziende o le loro fanbase.

L'**esercito social** di Friendz è formato da persone tra i 18 ed i 55 anni, rappresentative della popolazione Italiana connessa ad Internet. E' una vera potenza a cui le aziende possono attingere: grazie a tutte le sfide e alle attività social di cui è protagonista, la community compie mensilmente **9.742.000 interazioni**, **1.000.000 azioni social** e risponde a **1.350.000 survey answers**. Ma non è tutto! Da quando è nata Friendz, il suo database conta oltre **5 MLN di foto** che hanno ricevuto **5.5 BLN d'impression**.

Ciò che spinge la Community a partecipare in maniera reattiva e molto rapida alle attività proposte non sono i crediti ricevuti ogni volta che si completa una campagna, ma la **gamification**, ovvero un insieme di attività che hanno lo scopo di mantenere attivo l'utente all'interno dell'app e che agiscono su **ego-social**, **competizione** e **senso di appartenenza** tramite l'utilizzo di punti, classifiche, missioni o sfide.

Friendz è la digital company dall'anima rock'n'roll che permette alle aziende attivare una community social di 270.000 persone comuni in Italia e 50.000 in Spagna per comunicare in modo genuino ed esplosivo.

Per ulteriori informazioni, Contatti media:

Friendz

Laura Talini, Responsabile della Comunicazione laura@friendz-app.com 333 6060318

Weber Shandwick Italia

Paola Farina pfarina@webershandwickitalia.it 02/57378470

Laura Vecchi lvecchi@webershandwickitalia.it 02/57378424



Vidoser - L'app che permette a chiunque di guadagnare con le storie

Vidoser è l'applicazione che permette alle persone di diventare **promotori** dei brand registrando video brevi da condividere sui social network ricevendo in cambio coin scambiabili in buoni acquisto.

L'idea nasce ad inizio 2018 a Catania, da Alessandro La Rosa, Antonio Puleo e Raffaele Barone per risolvere il problema dello spreco di budget pubblicitario dei brand e catturare l'attenzione delle persone facendoli diventare promotori attivi dei loro valori e prodotti.

A inizio 2019 abbiamo stretto una partnership con FriendZ, azienda che mette a nostra disposizione una rete commerciale già consolidata che conta un portfolio di oltre 200 brand multinazionali, pronti a utilizzare Vidoser, come Huawei, Nestlé, Enel, Universal, P&G, ecc...

Vidoser è un potentissimo strumento di promozione per i brand, che possono lanciare le loro campagne pubblicitarie e attivare una community sempre in crescita che attualmente conta +5000 utenti: i nostri Vidosers. Nei primi tre mesi dal lancio negli store (disponibili su [iOS](#) e [Playstore](#)) le campagne di Vidoser hanno già generato più di 10.000 video e interazioni e più di 1,5 milioni di impression.

Con le storie il messaggio pubblicitario del brand viene comunicato in modo naturale dai nostri Vidosers, generando migliaia di visualizzazioni spontanee.

I brand creano le loro campagne tramite la nostra piattaforma dedicata, inseriscono le istruzioni e le regole da rispettare e monitorano l'andamento della campagna analizzando le metriche e misurare l'impatto generato come le visualizzazioni, impression e le interazioni. I video caricati dagli utenti, una volta approvati tramite la nostra tecnologia, vengono pubblicati nei loro profili social e in cambio ricevono i coin da scambiare in buoni acquisto.

I Vidosers pubblicano video, della durata di 15 secondi, nei loro profili social nei quali parlano del prodotto o lo mostrano mentre lo utilizzano. Possono già scambiare i loro coin in buoni acquisto dei più grandi marchi ed e-commerce come Zalando, H&M, Extreme Make Up, Trony, ecc...

Cavalchiamo il trend del MicroInfluencer Marketing, cioè la capacità di quelle persone, che hanno una nicchia di seguaci che va dai 1.000 a 30.000 follower, di influenzare la propria cerchia di amici che li seguono al punto tale da spingerli all'utilizzo o all'acquisto di nuovi prodotti o servizi generando passaparola spontaneo.

Per coinvolgere la community a partecipare alle campagne dei brand abbiamo realizzato l'applicazione fin dall'inizio per essere un motore di crescita grazie ad azioni compiute dagli utenti che vengono ricompensati con delle micro premialità che possono essere monetarie o esperienziali.

Gli utenti partecipando alle campagne dei brand oltre a ricevere coin ottengono dei punti esperienza che consentono loro di scalare una classifica interna. Questo sistema basato su leve psicologiche e sociali che aumentano la frequenza di utilizzo dell'app. È stato realizzato appositamente per migliorare l'applicazione, aumentare gli utenti organicamente e abbattere le spese in marketing per l'acquisizione degli utenti.

Vidoser è l'applicazione che permette ai brand di attivare una community di più di 5000 microinfluencer, che promuovono i loro valori e prodotti, tramite video brevi da condividere sui social network, guadagnando coin da scambiare in buoni acquisto

Per ulteriori informazioni, Contatti media

Vidoser

Antonio Puleo, Responsabile Marketing

antonio@vidoser.app

3491972450