

## Fujifilm utilizza annunci sponsorizzati in Italia per ottenere un rendimento del 370%

Fujifilm aveva un obiettivo. Aveva bisogno di un mezzo per incrementare le vendite e la visibilità su Amazon Italia per la sua nuova linea di fotocamere Instax che permettono di scattare e stampare foto in modo semplice e immediato. Per questo motivo Fujifilm decise di creare campagne su annunci sponsorizzati, consapevole che questa strategia gli avrebbe fatto raggiungere i loro obiettivi che poi furono addirittura superati.

### Pianificare, pianificare, pianificare

Fujifilm è orgogliosa di creare prodotti di qualità e vuole che i clienti ne siano consapevoli. Prima di lanciare la campagna su annunci sponsorizzati, Fujifilm ha migliorato le pagine di dettaglio di tutti i prodotti che intendeva pubblicizzare, inclusa la creazione di contenuti accattivanti e di titoli efficaci.

Suggerimenti per il successo:

- Prima di iniziare una campagna pubblicitaria, imposta le pagine di dettaglio dei prodotti per riscuotere successo
- Realizza una strategia che sfrutti i tre strumenti pubblicitari a disposizione (Sponsored Products, Sponsored Brands e Annunci Product Display) per massimizzare la visibilità e le vendite
- Ottimizza le campagne con frequenza quando il loro obiettivo è quello di migliorare le prestazioni

### Strategia vincente

Fujifilm ha indicato a Praesidium, l'agenzia che gestisce la sua pubblicità tramite annunci sponsorizzati, di avviare campagne per indirizzare il traffico verso i prodotti Instax. Praesidium ha sviluppato una strategia, utilizzando tutti e tre i prodotti annunci sponsorizzati, per indirizzare il cliente nelle diverse fasi del percorso decisionale.



Gli annunci di ricerca sono stati creati per aumentare la brand awareness dei modelli Instax, sfruttando parole chiave pertinenti che hanno spinto gli acquirenti verso un Amazon Store con una gamma di prodotti di questa linea. Praesidium ha creato un Amazon Store per trasmettere l'immagine e i valori del marchio ai clienti di Amazon. Come ha dichiarato Enrico Babucci, Presidente di Praesidium, "Amazon Stores è uno strumento importante che ci ha permesso di raccontare la storia del marchio, comunicare l'esperienza del prodotto e facilitare il cross-selling".

Al fine di raggiungere gli acquirenti interessati ai loro nuovi prodotti, sono stati creati annunci Product Display per aumentare la consideration attraverso il cross-selling o l'up-selling della linea Instax sulle pagine di dettaglio di altri articoli Fujifilm.

Infine, sono stati creati annunci Sponsored Products per incrementare le vendite. Questi annunci con targeting per parole chiave rilevanti, come "fotocamera" o "Fujifilm", hanno aumentato la visibilità degli articoli Instax nei risultati di ricerca e nelle pagine di dettaglio prodotto correlate.



## Incrementare la conoscenza e le vendite

Dopo il lancio delle campagne Instax, l'agenzia ne ha effettuato quotidianamente l'ottimizzazione, al fine di adattare il targeting delle parole chiave e le offerte ai trend stagionali e massimizzare così il ROI. "Con annunci sponsorizzati, possiamo capire rapidamente l'andamento delle campagne e regolare le offerte e le parole chiave in tempo reale" ha spiegato Enrico Babucci.

Grazie a questa attività, Fujifilm ha ottenuto 13 milioni di impressions in meno di 4 mesi, con un ROAS del 370% da settembre 2017 a dicembre 2017. Fujifilm ha intenzione di continuare a utilizzare annunci sponsorizzati per la sua attuale gamma di prodotti e per le sue linee future.

Come ha affermato Mauro Doni, Direttore Generale di Fujifilm Italy, "Annunci sponsorizzati è un servizio di pubblicità conveniente che ci ha permesso di ottenere risultati immediati con un investimento limitato. Il servizio sfrutta ottime capacità di targeting con parole chiave pertinenti al prodotto che offriamo, in grado di influenzare positivamente il nostro ROI di marketing".

**“Annunci sponsorizzati è un servizio di pubblicità conveniente che ci ha permesso di ottenere risultati immediati con un investimento limitato.”**

Mauro Doni, Direttore Generale di Fujifilm Italy



**13 Milioni**  
di impressions in  
meno di 4 mesi



**370%**  
ROAS da settembre  
2017 a dicembre 2017