

## Digital Angels e **Todis** in un progetto di comunicazione integrata

LINK: <https://www.agenfood.it/distribuzione/digital-angels-e-todis-in-un-progetto-di-comunicazione-integrata/>

La **strategia multicanale** che promuove la convenienza



Digital Angels e **Todis** in un progetto di comunicazione integrata 07/03/2023 10:30  
Redazione Agenfood  
DISTRIBUZIONE (Agen Food) - Roma, 07 mar. - **Todis**, insegna italiana di supermercati, continua la collaborazione con Digital Angels, agenzia integrata di comunicazione e marketing. La collaborazione con **Todis** è stata avviata nel 2018 con l'iniziale affidamento del progetto **Todis** a Casa, per poi svilupparsi a 360° anche per la parte di **Todis.it**. Digital Angels ha sfruttato un approccio integrato grazie all'utilizzo di una strategia multicanale che ha permesso di raggiungere molteplici obiettivi, dall'awareness al drive to store in ottica full funnel. Nel 2022, grazie agli ottimi risultati raggiunti nel corso degli anni, Digital Angels ha curato anche la pianificazione in uno dei periodi di alta stagionalità per un Brand della GDO: il Natale. Con il progetto 'Un Natale di Specialità', **Todis** ha voluto raccogliere i

prodotti più amati e ricercati nel periodo natalizio in un catalogo creato ad hoc per l'occasione. La strategia ha previsto l'integrazione di più canali con un lavoro sinergico tra online e offline, che hanno permesso non solo di lavorare in awareness e consideration ma anche di veicolare traffico di qualità sulla landing page del volantino promozionale. Il timing scelto, da novembre a dicembre, ha permesso di sviluppare un progetto con un ulteriore duplice obiettivo: ingaggiare nuovamente chi aveva già scelto **Todis** e, al contempo, creare un processo di memorabilità del catalogo natalizio, avvicinando nuovi utenti al Brand. Per avere un impatto maggiore sul ricordo dei consumatori sono stati attivati posizionamenti DOOH quali Circuito Metro, Circuito Coin e Pensiline digitali nella città di Roma, area in cui è presente la maggioranza dei punti vendita **Todis**. Fra

le innovazioni messe in atto nell'approccio strategico del 2022 troviamo anche la Digital TV, in particolare l'Addressable TV e la Connected TV. Al contempo, con Ad Smart è stato possibile pianificare la campagna video su un target qualificato SKY, segmentandolo per caratteristiche geografiche, socio-demografiche e per voci di consumo. Grazie a questi posizionamenti è stato possibile ottenere ottimi risultati: il formato Lanner ha raggiunto un ampio numero di impressions (480.000), mentre con Ad Smart sono state registrate 322.000 visualizzazioni complete. Data inoltre la volontà di raggiungere un target più giovane, il team di esperti dell'agenzia ha pianificato una campagna audio Spotify, per sfruttare il nuovo sound branding di **Todis** e intercettare l'audience su qualsiasi dispositivo e in ogni momento della giornata, ottenendo il 99,21% di

completion rate. Infine, per veicolare traffico alla landing page, sono stati presidiati i principali canali social, quali Facebook e Instagram, insieme all'attivazione di campagne display con Ogury. Questi due canali hanno permesso di raggiungere performance notevoli, in particolare la campagna Meta ha ottenuto un CTR in aumento del +375% rispetto all'anno precedente. 'È prezioso avere un partner come Digital Angels che sappia accompagnarti al raggiungimento degli obiettivi e la collaborazione con il loro team è di grande stimolo. Durante le diverse attività sono sempre pronti a supportarti con le migliori soluzioni. Le strategie di comunicazione integrata attuate durante il 2022, in particolare nel periodo Natalizio, ci hanno restituito dei risultati altamente positivi, permettendo a **Todis** di aumentare e migliorare la brand Awareness', dichiara Federico Staffolani, Digital Communications Specialist di **Todis** 'È stimolante lavorare in tandem con professionisti aperti a nuove opportunità. Grazie alla collaborazione tra Digital Angels e **Todis** è stato possibile attuare un'integrazione tra online e offline. La strategia digitale con i nuovi strumenti previsti ha permesso ad un'audience altamente

profilata di conoscere l'insegna e di fidelizzarsi', dichiara il team di Digital Angels.