



VISIONE

Un brand, un'azienda, un partito, un movimento, una persona, un prodotto sono idee che meritano di essere raccontate. Per farlo non servono grandi mezzi: bastano contatto, fiducia, e un po' di strategia. La visione di YOYO nasce dalla sintesi di questi elementi, indirizzati ad una pianificazione intelligente delle attività e ad una gestione integrata degli strumenti, con l'obiettivo di coinvolgere il target nella definizione e nella propagazione dei contenuti. Nell'oceano della comunicazione, gli YOYO si orientano con due punti cardinali: la creatività, proiettata sulle strade aperte dall'advertising non convenzionale, e l'innovazione, determinata dalla rivoluzione orizzontale che sta attraversando la Rete e le reti.

UNCONVENTIONAL

YOYO sa che l'advertising tradizionale ha lasciato il passo ad una nuova comunicazione in grado di colpire in modo efficace un target già saturo di informazioni. L'attenzione degli utenti nei confronti di un messaggio si determina di pari passo con la possibilità di intervenire nel meccanismo di valutazione critica e di eventuale ri-diffusione. Idee creative, azioni guerrilla, format divertenti e coinvolgenti: rispetto all'utilizzo dei buoni, vecchi media emittenti le nuove forme partecipative di diffusione virale fanno più breccia. Un video, una foto, un messaggio particolarmente attraenti attraversano le reti e si diffondono con la velocità (e il costo) di un passaparola.

SOCIAL MEDIA

La seconda vita del web ha decretato un processo senza ritorno di - democratica - diffusione orizzontale dei contenuti. Ma ha fatto di più: ha messo in ombra il virtuale, rivoluzionando le tecniche di chi si occupa di comunicazione. Ai tempi del 2.0 e oltre, le preferenze, i gusti, i pareri degli utenti non si definiscono più nelle anonime chat room o nelle newsletter invase dallo spam, ma in quelle reti sociali in cui persone e affinità elettive dialogano e si scambiano opinioni sulla base di un rapporto diretto e di reciproca confidenza. A fare la differenza, in questo contesto, sono l'affidabilità del messaggio, la capacità di generare fiducia, la prossimità, la responsabilità. Il social media marketing - tecniche di buzz, conversational, monitoring, seo e sem, viral, email marketing - fornisce gli strumenti adatti a questa nuova, grande, realtà reale.

YOYO

YOYO è un'agenzia di comunicazione che si occupa di nuovi linguaggi. Gli YOYO hanno (quasi) tutti meno di 30 anni ed esperienze di alto livello in diversi settori: marketing, webmarketing, fotografia, grafica, ricerche di mercato, ufficio stampa, relazioni pubbliche, gestione aziendale, politica, attivismo. Quello che offrono è un approccio strategico alla costruzione e diffusione del messaggio. Quello che cercano è qualcuno che li stia a sentire.

PORTFOLIO

Perlunica E-commerce Trollbeads Italia - 2012 • **CESV** App mobile per people e fundraising - *Luglio 2012* • **Partito Democratico** Campagna Dipartimento Nazionale Trasporti - *Luglio 2012* • **E.N.A.C.** Piattaforma di comunicazione - *Giugno 2012* • **Enzo Paliotta** Amministrative 2012 - Campagna candidato sindaco - *Marzo 2012* • **RQ Ricerche Qualitative, Censis Servizi, GMG Group, Fondazione Bideri, Vianet** Consulenza e progettazione per programmi di finanza agevolata - 2012 • **Gmatica** Social media marketing - *Febbraio 2012* • **YouGive** App iPhone per il fundraising - *Febbraio 2012* • **Imperial Tobacco** Monitoraggio social media - *Ottobre 2011* • **Almaviva** Social media marketing - *Luglio 2011* • **Partito Democratico** Campagna Dipartimento Nazionale Trasporti "Muoviamoci" - *Febbraio 2011* • **Sony Music Italia, Universal Music Italia** Produzione videoclip musicale - 2010 • **Fox Italia** Scenografie spot Fox Crime, Fox Life - *Dicembre 2010* • **Pitney Bowes** Conversational Marketing - *Settembre 2010* • **Partito Democratico** Campagna Forum Nazionale dell'Immigrazione - *Giugno 2010* • **Reti** Realizzazione piattaforma blog di informazione - *Giugno 2010* • **National Geographic** Allestimento 'Night Geo Sessions', GNAM di Roma e Palazzo Pitti di Firenze - 2010 • **West** Quotidiano Restyling editoriale e marketing - *Marzo 2009* / Costruzione nuova piattaforma web - *Marzo 2010* • **Coalizione Italiana Contro la Povertà** Campagna web "Press the 8" - *Dicembre 2009* • **Mario De Luca, Giovanni Carapella, Giuseppe Civati** Amministrative Regionali 2010, Campagna candidato Consiglio Regionale - 2009-2010 • **EasyDent** Franchising di cliniche specializzate in implantologia dentale, Piano marketing e campagna di lancio - *Settembre 2009* • **Ignazio Marino** Primarie Partito Democratico 2009, Campagna web candidato segretario nazionale - *Luglio 2009* • **Mauro Alessandri** Amministrative 2009, Campagna web candidato sindaco - *Aprile 2009* • **Ivan Scalfarotto** Europee 2009, Campagna web candidato Parlamento Europeo - *Aprile 2009* • **Italia dei Valori** Europee 2009, Campagna di comunicazione web alternativa, consulenza e ufficio stampa - *Marzo 2009* • **Regione Lazio** Social network delle scuole impegnate sui temi della sicurezza - *Novembre 2008*

martino.bellincampi • 329.43.26.801
mbellincampi@gmail.com • www.yoyocomunicazione.it
largo amilcare ponchielli, 6 • 00198 Roma

