



fattorepet

Presentazione servizi FattorePet

01-2021



FattorePet

Chi siamo

- È l'**unico specialista di digital marketing verticale nel settore Pet**
- Ha origine dalla profonda esperienza di **FattoreMamma**, leader nel digital marketing per il target mamme e famiglie, attiva sul mercato da oltre 10 anni
- Si rafforza attraverso la partnership con esperti di settore
- Dispone di un proprio database di famiglie con cane (100.000) e gatto (51.000)

Approccio:

- Approfondita conoscenza degli influencer rilevanti per il segmento
- Relazione continua con essi (alcuni sono in esclusiva)
- Proposte di format efficaci sulla base di un'esperienza di centinaia di progetti di influencer marketing gestiti ogni anno
- Approfondita conoscenza del mercato Pet: organizza annualmente il **Pet Marketing Day**, unico appuntamento in Italia sul marketing nel mondo Pet. Un incontro B2B che mira a fare il punto sul tema dell'evoluzione del marketing diretto al mercato consumer. L'evento pone l'accento sulle nuove frontiere e sfide del marketing digitale



IL TARGET

**RAPPORTO
ASSALCO - ZOOMARK 2020**

Le scelte dei proprietari di pet

Identikit del proprietario



58% VIVE IN
appartamento

55% **bambini o ragazzi**
IN FAMIGLIA



Le famiglie con Pet sono composte
da un numero più elevato di membri

3,4 MEMBRI PER FAMIGLIA CON PET
VS **2,3** MEDIA NAZIONALE ITALIANA



MEDIA ANIMALI DA COMPAGNIA
PER FAMIGLIA

2,16



internet COME
primo canale d'informazione
PER VALUTARE E CONFRONTARE I PRODOTTI
PRIMA DELL'ACQUISTO

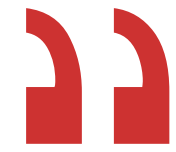
Famiglia (con bimbi) e **Internet** sono le due parole chiave più in evidenza del rapporto Assalco Zoomark 2020. Non l'unico target e l'unico canale, ma comunque centrali e in crescita.



IL PESO CRESCENTE DI INTERNET



*Un dato comune a tutti i proprietari riguarda la tendenza a utilizzare Internet come **primo canale d'informazione per valutare e confrontare tra di loro i prodotti prima dell'acquisto.***



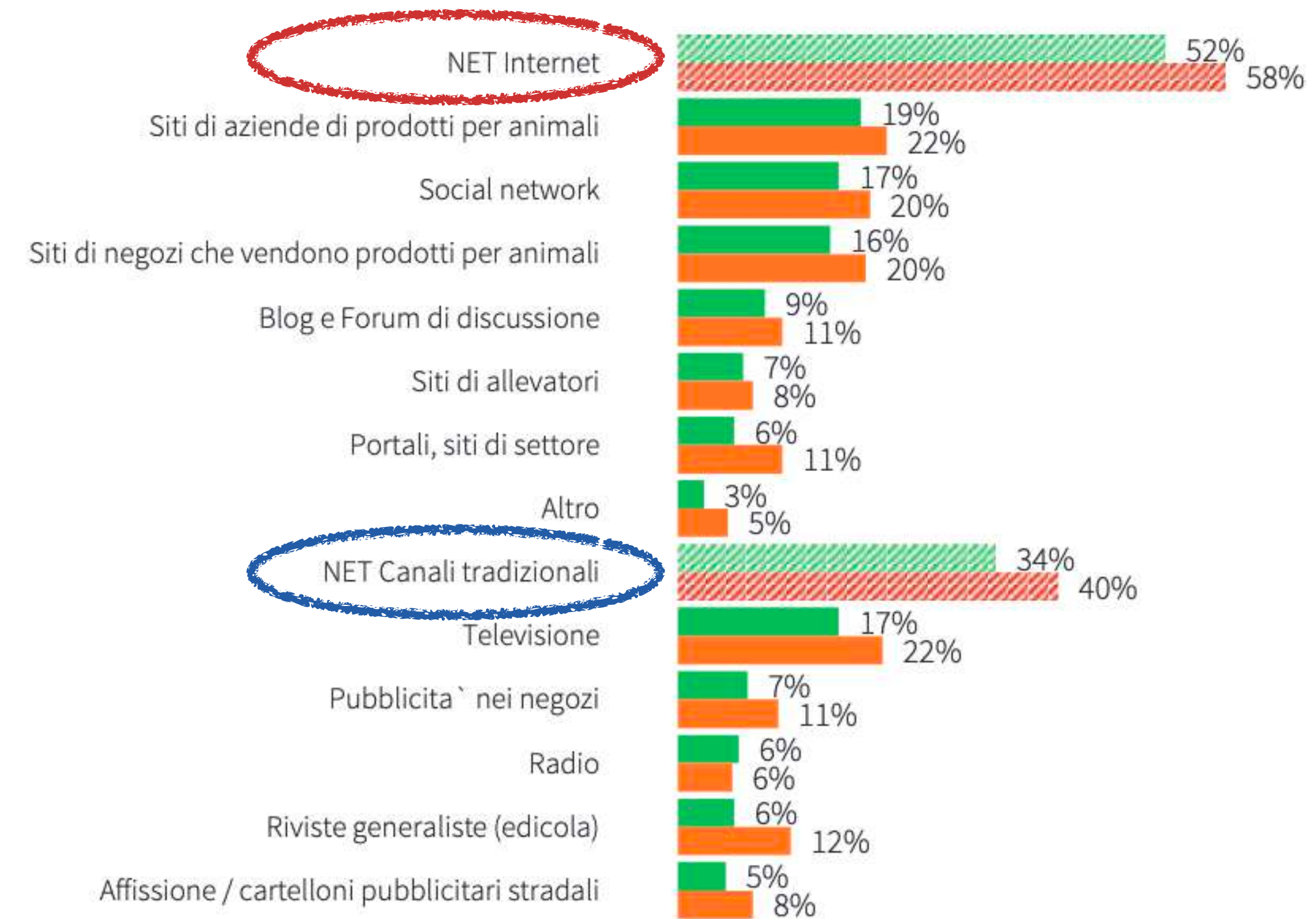
Fonte: rapporto Assalco – Zoomark 2020
Fonte: Indagine IRI

Internet è oggi fondamentale nella “dieta mediatica” di gran parte della popolazione di ogni età. La pandemia covid-19 ha determinato una forte **accelerazione dell'adozione dei canali digitali** in tutti gli ambiti: didattica a distanza (scuola), remote/smart working (lavoro), ecommerce (consumi).

Internet è anche un **sistema complesso**, articolato in canali spesso tra loro interrelati e in continua evoluzione.

E' ormai in quasi tutti i settori lo **strumento principe attraverso cui informarsi prima di un acquisto** a prescindere che questo avvenga poi su canali fisici o via ecommerce.

I canali di informazione che influenzano le scelte alimentari



Fonte: rapporto Assalco – Zoomark 2020
Fonte: Indagine IRI

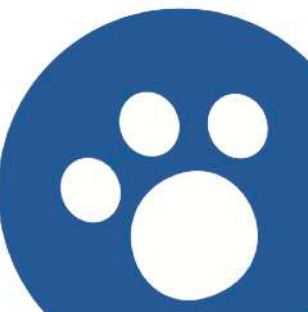
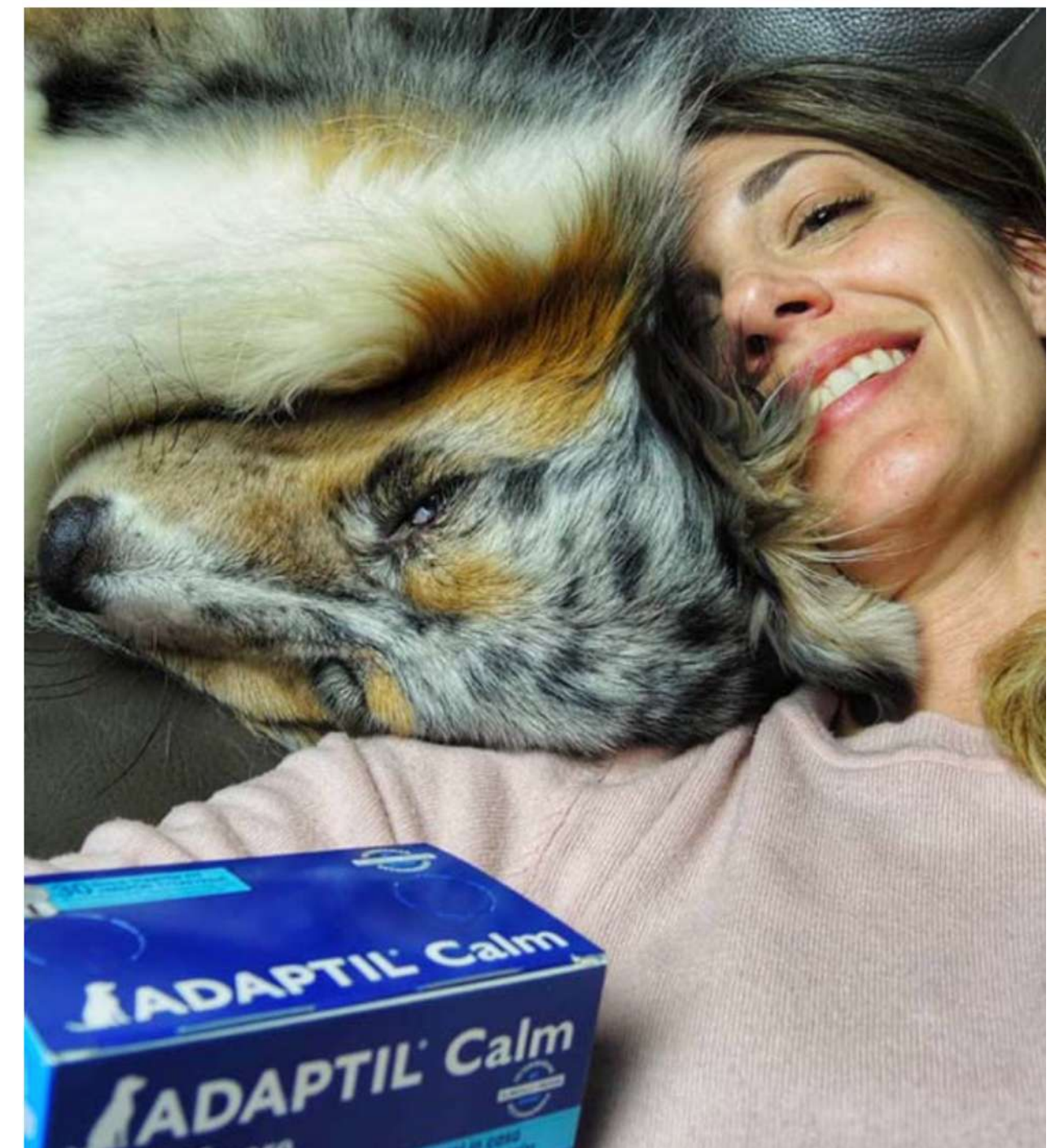


FattorePet

Influencer marketing



- FattorePet collabora con i principali influencer del mondo pet per creare progetti di comunicazione in grado di connettersi, tramite i canali digitali, alle community di amanti degli animali
- I pet influencer, grazie alla loro passione e competenza, sanno generare contenuti di valore ed entrare in sintonia con il target
- Hanno con i loro follower una relazione di fiducia e possono quindi veicolare i messaggi del brand in modo diretto e credibile



FattorePet

Abbiamo lavorato con...

CROCI
SPA
Quality & Service for Pets



MONGE

 **PURINA**



OPEL 



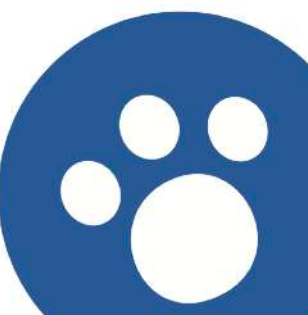
dyson

Omlet



MUGUE
ITALIA
Passione per l'innovazione

Robot



Gli influencer

Tipologie di influencer

Lavoriamo con diverse **tipologie di influencer** per intercettare il target attraverso touch point diversificati:

A. Influencer verticali (Pet) con competenza professionale

Si tratta di influencer con competenze professionali nel mondo pet (educatori, istruttori, veterinari, comportamentalisti...).

Perché: sono particolarmente autorevoli nelle loro community di riferimento, possono fornire un endorsement professionale al prodotto

B. Influencer verticali (Pet) appassionati

Si tratta di influencer che si occupano in modo specifico di temi legati al mondo Pet. Non sono specialisti ma si possono definire Pet Lover e spesso consigliano prodotti che loro stessi usano.

Perché: hanno un seguito specifico all'interno delle community di appassionati/proprietari di animali e profili social molto seguiti

C. Influencer target mamme/famiglia con Pet

Si tratta di influencer che trattano temi vari e raccontano il loro mondo di genitori. Nella loro famiglia c'è anche un animale domestico con cui condividono la vita.

Perché: hanno un seguito specifico nel mondo famiglia e quindi sanno parlare ai principali responsabili di acquisto del prodotto. Hanno community molto ampie che le seguono.



A. Influencer verticali (Pet) con competenza professionale

Alcuni esempi



34.950

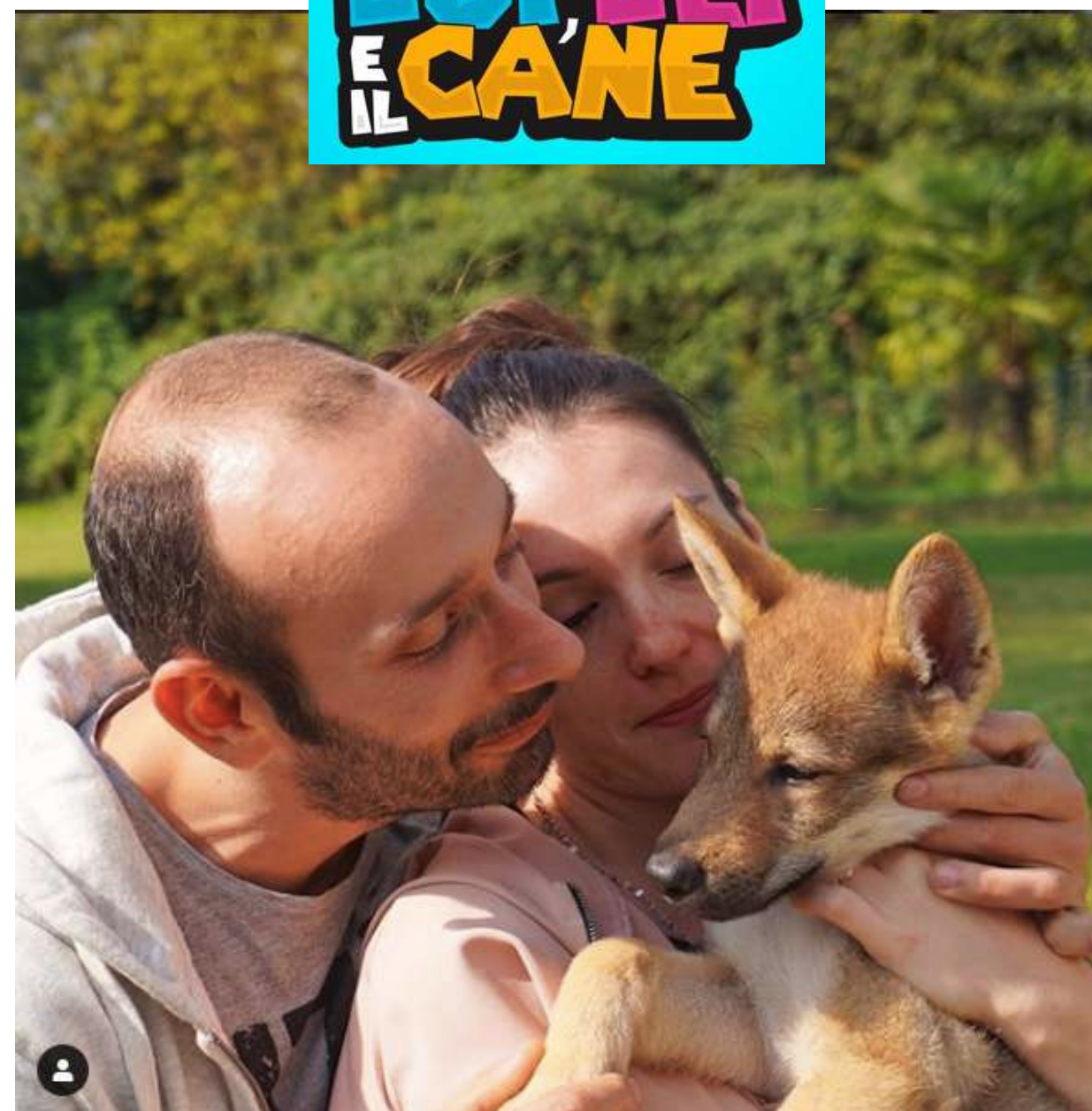


10.180



74.900

www.irenesofia.it



172.900

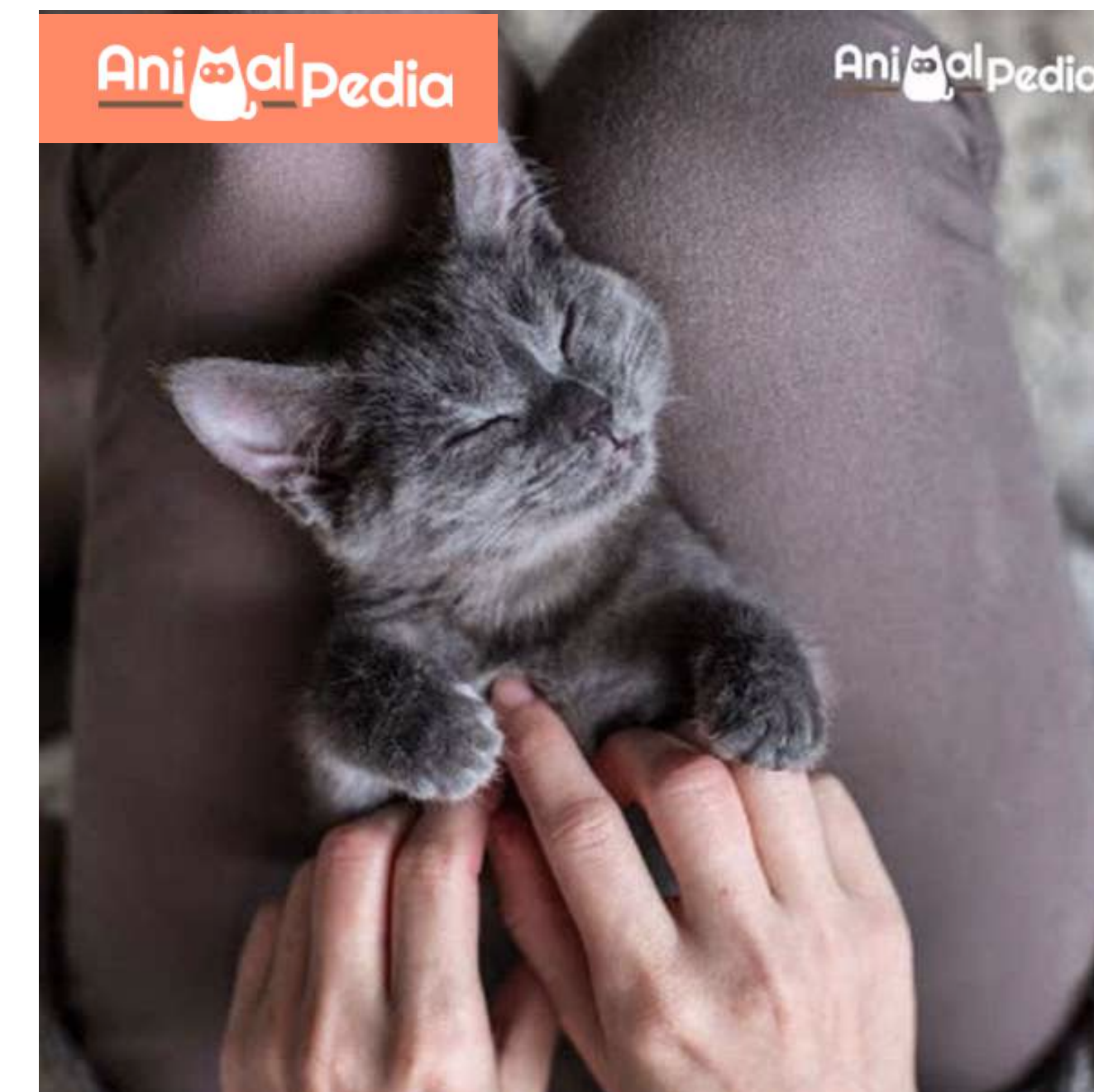


25.400



50.700

www.antonioebubi.it



28.000



2.200



202.000

www.animalpedia.it



B. Influencer verticali (Pet) appassionati

Alcuni esempi



126.100



26.100

www.amicidichicco.it

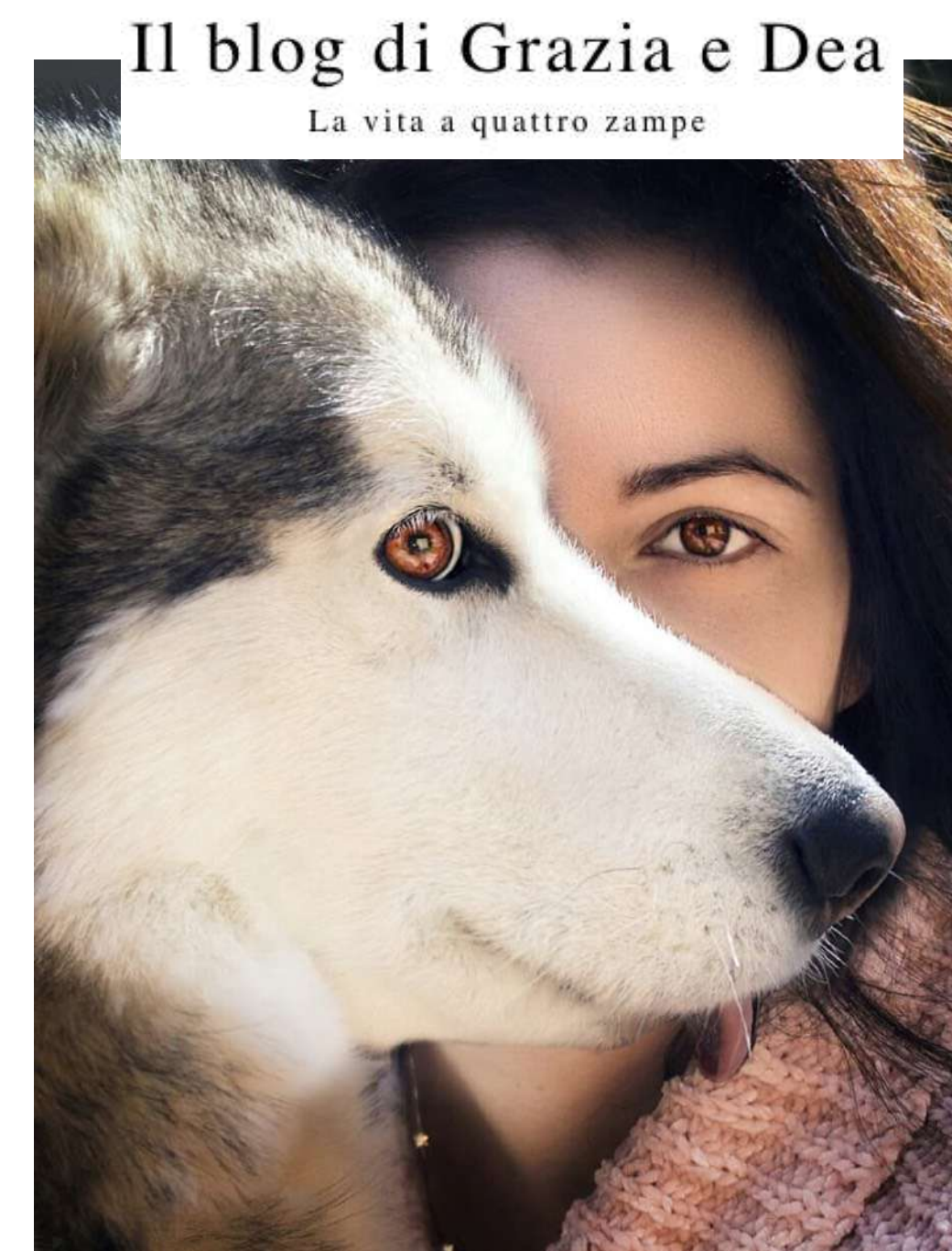


21.790



13.100

www.miciogatto.it



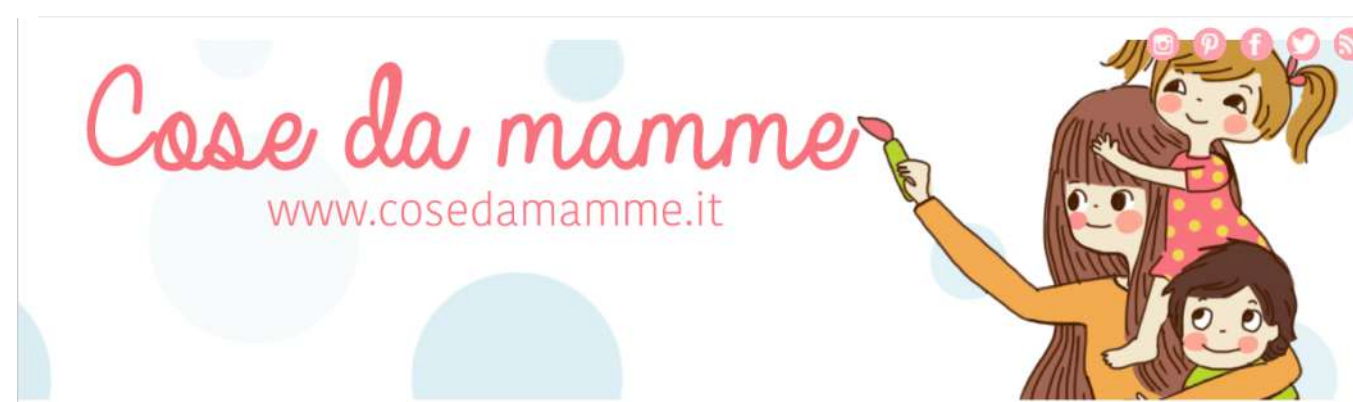
61.800

ilblogdigraziaedeadea



C. Influencer target mamme/famiglia con Pet

Alcuni esempi



141.500



8.500



1,13 MI

www.cosedamamme.it

★ *ma che davvero* ★
MAKE YOUR LIFE A WONDERFUL ADVENTURE



34.100



82.600

www.machedavvero.it

insolitamente ~~ma~~ *mamma*
/in · so · li · ta · mén · te · màm · ma/



9.300



58.200

www.insolitamenteamma



I nostri servizi



Ufficio stampa e Digital PR

Promozione su testate Online & Stampa

Con la leva dell'**Ufficio stampa & Digital PR** promuoviamo il brand in modo da supportarvi nella costruzione della brand reputation anche sulle testate **online e stampa**.

Le attività previste sono:

- Identificazione redazioni giornalistiche online e offline a target e apertura del dialogo
- Identificazione/creazione dei contenuti notiziabili e organizzazione di un calendario di storie da rilasciare ai media nel corso dell'anno
- Scrittura e diffusione di comunicati stampa, seguita da contatto con le redazioni per valutare opportunità di visibilità
- Gestione di eventuali richieste da parte di giornalisti e redazioni; promozione ed organizzazione di “prove prodotto” con consegna a mezzo corriere/pony, seguita da followup
- Raccolta uscite; rassegna stampa attraverso servizio di media monitor esterno
- Relazione conclusiva con indicazioni di feedback anche per le futura pianificazioni

NB: per questa attività è da prevedere l'invio di alcuni prodotti alle testate in numero da definirsi



Creazione di contenuti: blogpost e social

Gli influencer creano dei **contenuti sul proprio blog e canali social**, in grado di comunicare in modo efficace il brand e i prodotti. I contenuti possono mirare a raccontare i valori del brand, la sua filosofia o presentare in modo più diretto i prodotti e le caratteristiche.

Grazie alla loro capacità di comunicare e alla fiducia che hanno instaurato con il target, creano contenuti **originali** che aggiungono valore al prodotto.

FattorePet individua gli influencer più adatti a veicolare il messaggio del cliente e li ingaggia perché realizzino un contributo sui loro canali, in modo personale e coinvolgente.

Ogni contributo potrà avere tagli differenti a seconda delle diverse specificità degli influencer coinvolti:

- influencer con **expertise specifica**: taglio più tecnico-divulgativo
- influencer **owner di animali**: taglio più personale, emotivo

Vantaggi

- Creazione di contenuti originali
- Endorsement al brand
- Coinvolgimento diretto di community
- Utilizzo di diversi canali: blogpost + social in modo da trattare l'argomento in modo completo attraverso **articoli strutturati** e allo stesso tempo di **ingaggiare il target** comparando nel feed dei loro social



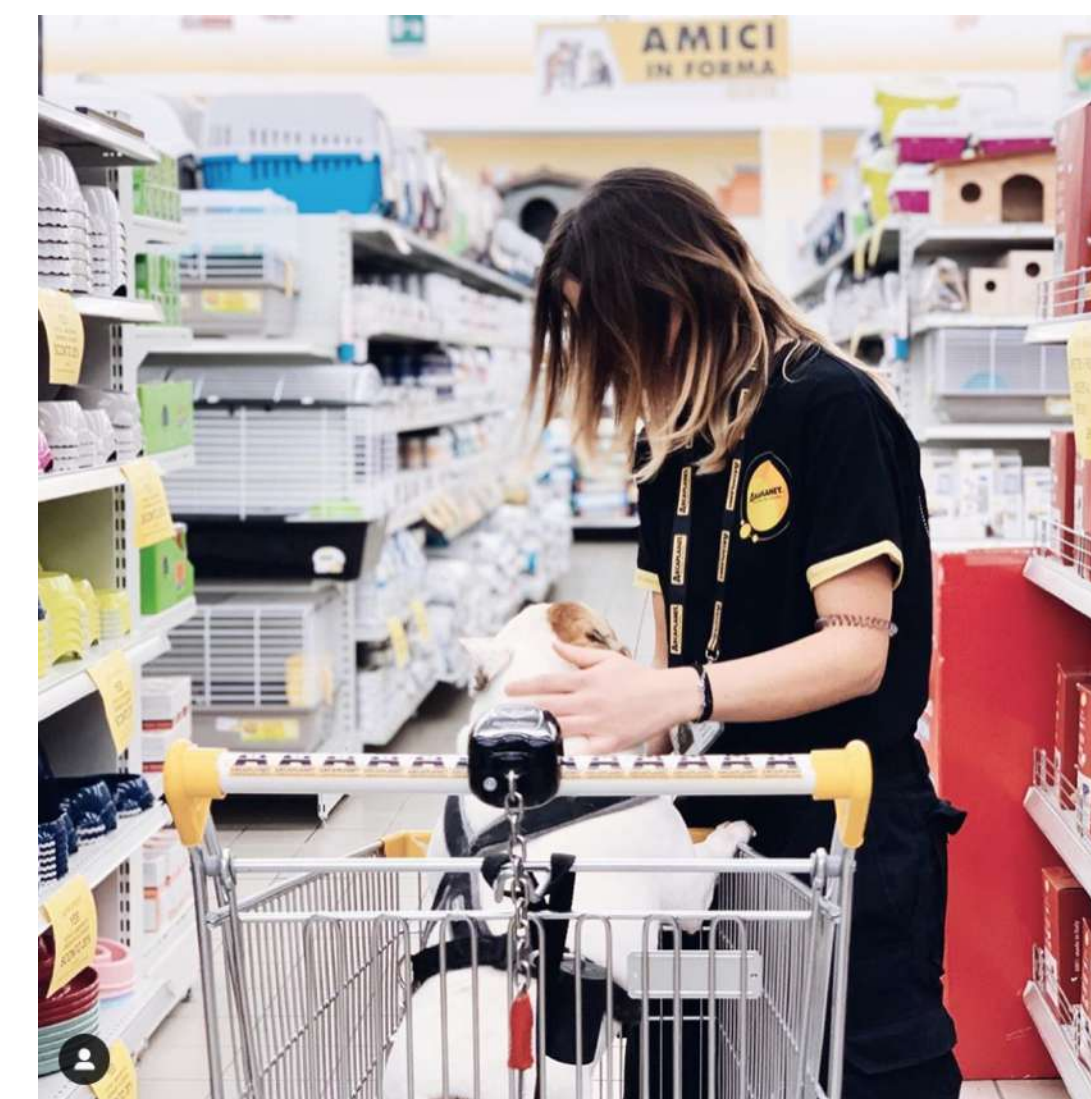
Case Study- Creazione di contenuti: blogpost e social

Arcaplanet

Durante la Milano Pet Week sono stati coinvolti 3 pet influencer che hanno partecipato alle iniziative dello sponsor raccontandole e documentandole sui loro canali, dandogli quindi maggior risalto e invitando con dei post teaser i propri follower a partecipare alle iniziative. Gli influencer hanno:

- partecipato al Pet Pride e raccontato l'iniziativa Foodstock
- intervistato presso lo stand del brand un veterinario nutrizionista
- partecipato a uno shopping tour presso un punto vendita per raccontare le promozioni in atto

Risultati: 384.000 impression. Numerosi commenti positivi e grande partecipazione alle attività promosse dal brand



Realizzazione di video brandizzati

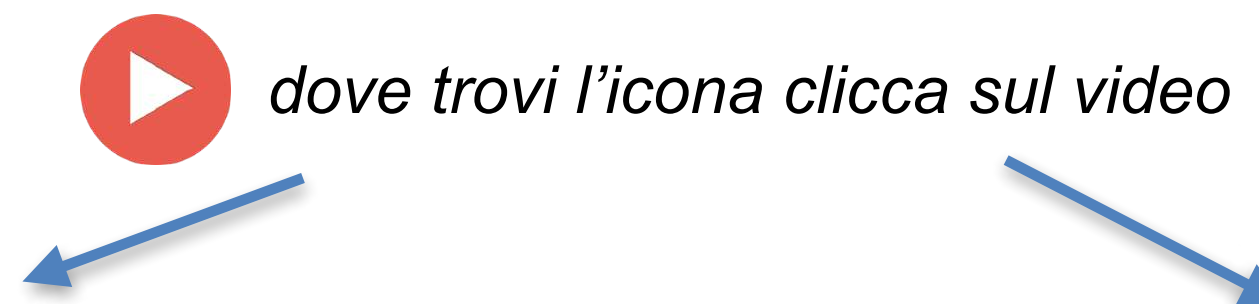
Il **video** è uno strumento efficace per **trasmettere contenuti e catturare l'attenzione del target online**. FattorePet può affiancare l'azienda per la realizzazione di video da veicolare su sito e social proprietari o da pubblicare in modalità condivisa (crossposting) su più pagine in contemporanea, coinvolgendo gli influencer. FattorePet si occupa integralmente dell'attività (storyboard, riprese, montaggio, pubblicazione su canali social di influencer)

Alcuni esempi e tipologie di video:

- ▶ Video con un **taglio corporate**: viene presentata l'azienda i suoi valori, la sua unicità, il motivo per cui un consumatore dovrebbe acquistare i prodotti.
- ▶ Video con **specialista**: vengono coinvolti specialisti (veterinari, educatori cinofili...) che trattano una tematica affine al brand (es. corretta alimentazione). Il video non presenta nello specifico il prodotto ma viene sponsorizzato dal brand (video in collaborazione con...)
- ▶ Video con **influencer**: il video viene realizzato da un influencer con taglio più personale, emotivo. Permette di raccontare il brand/prodotto da chi conosce e ama gli animali, quindi offre un endorsement.
- ▶ Video **evento**: il video racconta un evento a cui il brand ha partecipato e permette di dare darne visibilità anche in rete amplificandone la portata



Reference: video corporate



Reference: video con influencer

Case Study - Realizzazione di video brandizzati

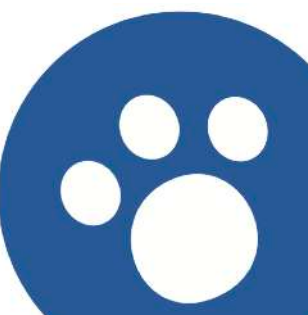
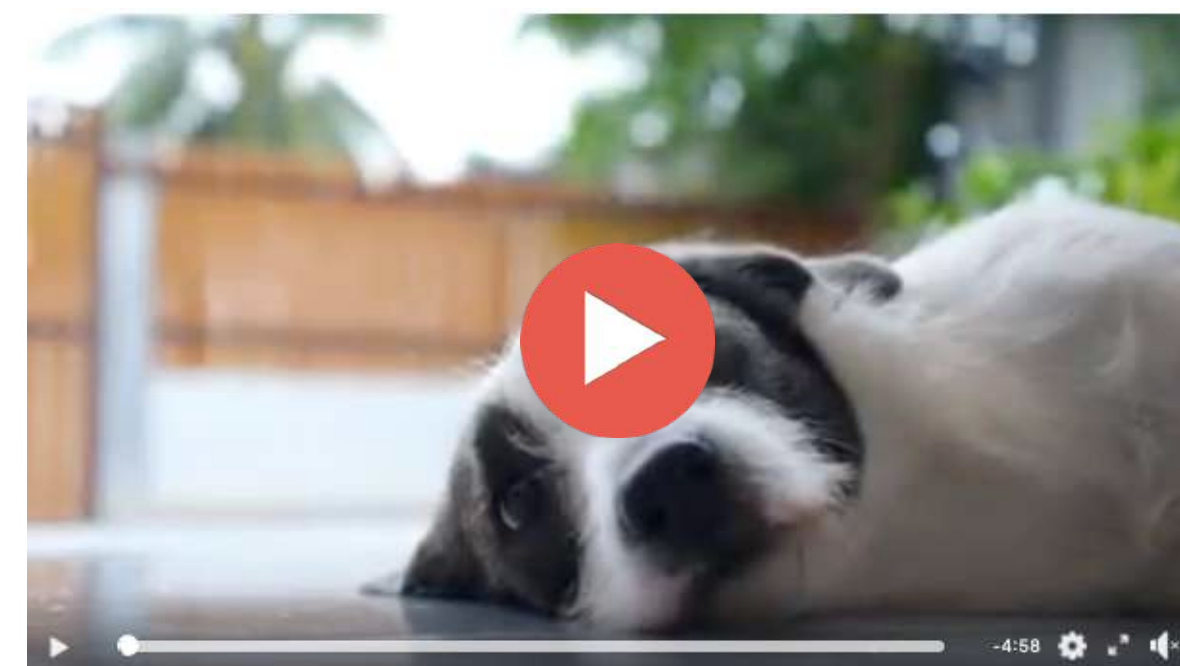
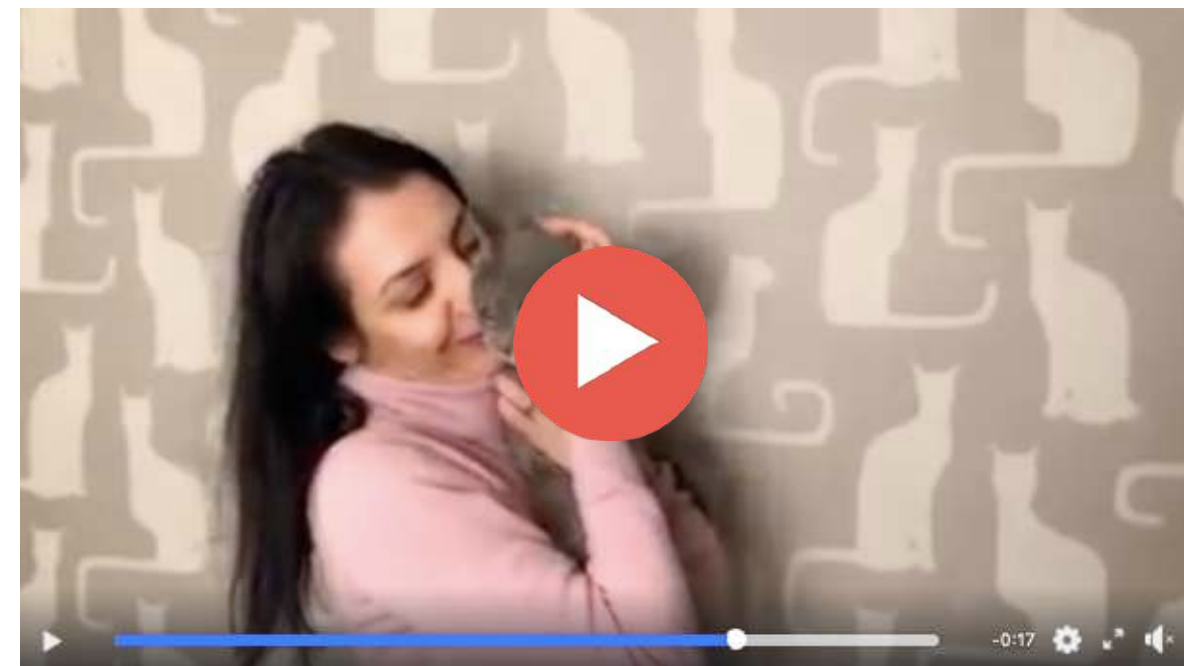
Ceva

Campagna di comunicazione a supporto dei prodotti Feliway e Adaptil: prodotti a base di feromoni che aiutano gatti e cani a ritrovare uno stato di benessere in situazioni di particolare stress.

L'esigenza primaria dell'azienda era fare **education** per aiutare i proprietari di animali ad avere una maggior consapevolezza e insieme presentare le **occasioni di uso del prodotto**.

8 influencer hanno realizzato dei video su youtube, instagram e facebook, con tagli diversi: educativi, emozionali, divertenti...

Risultati: l'intera campagna, che prevedeva anche un incontro con lo specialista e 15 blogger, 10 influencer per attività su blog e social e 8 per la produzione di video, ha registrato oltre 8 milioni di impression con un incremento sensibile di traffico e conversioni sui siti dei prodotti.



Gestione canali social e campagne adv

FattorePet si propone come partner per la **gestione dei canali social** in ambito pet, grazie a un team di specialisti che uniscono:

- Competenze nella gestione di Facebook, Instagram e social advertising
- Conoscenze approfondite dei temi specifici del mondo pet

L'offerta di FattorePet in questo ambito prevede:

- Definizione di un **piano editoriale** con un mix di contenuti (post di prodotto, post informativi, post emozionali).
- Ricerca **materiale fotografico** e realizzazione grafiche brandizzate
- Creazione di **materiale foto-video ad hoc**
- **Pubblicazione** secondo una frequenza concordata con il cliente
- **Community management:** animazione della community e risposta a eventuali domande
- Gestione **campagne di advertising** per aumentare le visualizzazioni dei contenuti e il traffico al sito



Case Study - Gestione canali social e campagne adv

Pets in the City

FattorePet ha **aperto e gestito i canali social di Pets in the City**, con creazione di contenuti, pubblicazione, community management e attivazione di sponsorizzazione su Facebook e Instagram.

È stato definito un piano editoriale volto a creare contenuti interessanti e coinvolgenti con l'obiettivo di costruire una community che seguisse le attività della fiera. Il piano si è arricchito con informazioni relative agli eventi principali con citazione agli sponsor della manifestazione.

Durante gli eventi, l'attività social è stata svolta con la collaborazione della **Social Media Troupe** che, insieme ad una cagnolina – Ginny – , ha seguito e “vissuto” gli eventi principali.

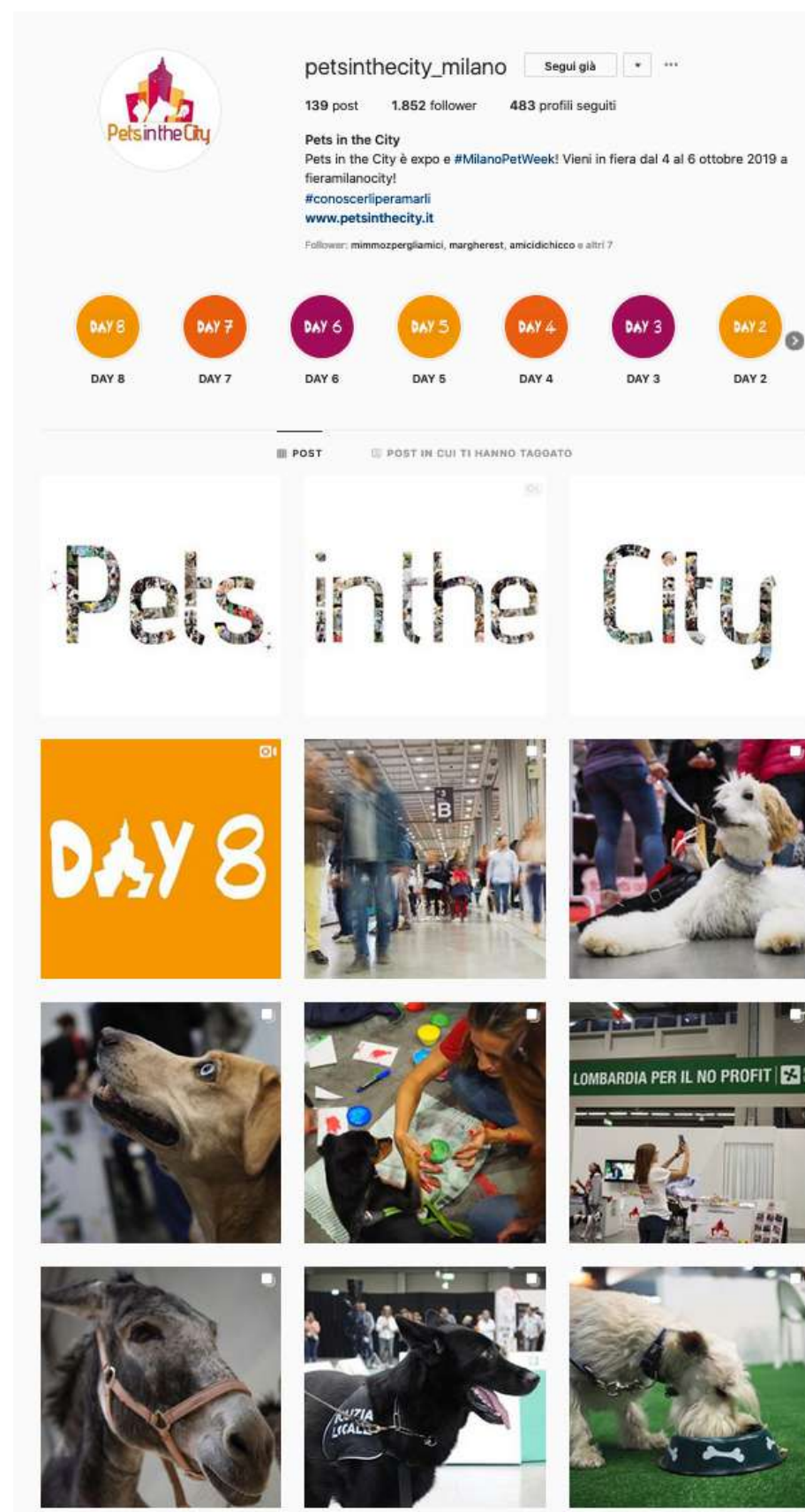
Risultati: la campagna ha avuto oltre 5,2 milioni di touchpoint social. In poco più di **6 mesi, l'account facebook ha superato i 14.000 follower**, con **tassi di engagement molto elevati** e punte di oltre 3.000 interazioni per post. L'engagement rate medio nel periodo ha raggiunto il 6,6% (calcolato come engagement/reach sui due canali)



Case Study - Social Media Troupe

Pets in the City

La Social Media Troupe di FattorePet è composta da giovani professionisti (social media specialist, fotografi, videomaker, grafici) in grado di realizzare **contenuti di elevata qualità in tempo “reale”**, ad esempio per dare visibilità sui social ad un evento a cui il brand partecipa.



Il profilo Instagram della fiera Pets in the City e della Milano Pet Week (10-2019) è stato gestito interamente dalla Social Media Troupe di FattorePet.

È possibile vedere sia esempi di video di un minuto di racconto di ciascuna giornata che le numerose foto. In alto le Story.

https://www.instagram.com/petsinthecity_milano/

Qui sotto un esempio di intervista interattiva con un esperto realizzata per le Story. Gli esempi sono visibili tra le Story in evidenza del profilo IG indicato.



Evento: incontro influencer con azienda e specialista

FattorePet organizza **incontri tra azienda e influencer** coinvolgendo uno **specialista** (vet, educatore cinofilo...) che può trattare alcuni temi specifici con completezza e autorevolezza.

L'evento permette di stabilire un contatto diretto tra i blogger e l'azienda per **veicolare in modo più diretto i contenuti della campagna**, creando "un'occasione" da raccontare. Questo genera un elevato numero di contenuti pubblicati live dalle blogger

FattorePet può **organizzare chiavi in mano l'incontro**: individuazione location ed eventuale catering, invito e coordinamento blogger, definizione agenda della giornata, individuazione specialista...

Esempio di evento tipo:

1. Benvenuto e breve presentazione dell'azienda
2. Speech specialista su un tema definito
3. Presentazione dedicata al prodotto (da parte di referente dell'azienda)
4. Q&A

I vantaggi:

- incontro tra gli influencer e l'azienda, in modo da creare un **rapporto più diretto e veicolare con maggior efficacia i valori** dell'azienda
- trasmissione di **contenuti autorevoli** attraverso l'intervento di specialisti
- pubblicazione di un elevato numero di **contenuti creati live durante** l'evento da parte degli influencer



Evento online

Nella situazione attuale, in cui non è possibile organizzare eventi o incontri tra più persone, abbiamo messo a punto un format di **“evento online”**, in cui si replica la stessa dinamica descritta, ma attraverso un collegamento online.

L'evento si trasforma quindi in un **incontro virtuale ospitato sulla pagina fb dell'azienda** in cui le influencer possono **dialogare** tra loro, con lo **specialista** e con il **referente aziendale**. La video conferenza viene trasmessa in diretta e successivamente rimane sulla pagina fb dove può essere sponsorizzata per raggiungere un elevato numero di utenti.

Questa modalità mostra anche **un nuovo tipo di socialità**: occorre trovare modi nuovi per scambiarsi informazioni e dialogare sfruttando le potenzialità che la rete offre.

 **FattoreMamma** era in diretta.
Pubblicato da Elena Tomasino [?] · 12 marzo alle ore 14:23 · 🌐

Un salotto per sopravvivere alla solitudine della "quarantena", scambiarsi consigli da mamma a mamma e qualche battuta, ascoltare esperti, raccontare esperienze e bere un caffè virtuale con ospiti sempre diversi.



92.445 Persone raggiunte **2442** Interazioni [Metti in evidenza il post](#)



Case Study - Evento: incontro con specialista

MSD Animal Health

Obiettivo della campagna era **sensibilizzare le famiglie sul diabete, malattia che colpisce persone e animali**, evidenziando il pet come parte integrante della famiglia. In occasione del Mese del Diabete nel cane e nel gatto, si è svolto l'evento che ha previsto un **incontro tra Veterinari e blogger con le loro famiglie**. I bambini si sono calati nei panni di piccoli veterinari imparando a riconoscere il diabete attraverso il gioco e il divertimento.

Risultati: 680.000 impression. La campagna ha suscitato grande interesse nel pubblico ottenendo un engagement rate (tasso di coinvolgimento) del 5,2%



Reference: video dell'incontro con specialista



Test di prodotto e DEM a consumatori



FattorePet realizza test di prodotto che possono coinvolgere influencer e consumatori.

Le **influencer** selezionate **testano il prodotto** e pubblicano un post sui propri canali raccontando la propria esperienza d'uso. In questo modo vengono messe in evidenza le caratteristiche principali e i valori del prodotto.

Il test di prodotto può coinvolgere anche **proprietari di animali**, che vengono ingaggiati tramite **MammacheClub**, un club digitale che offre vantaggi alle mamme/famiglie come concorsi coupon, sconti, flash sale, test di prodotto...

Circa il **45%** degli utenti iscritti a MammacheClub ha dichiarato di avere **un animale** all'interno del proprio nucleo familiare. MammacheClub offre la possibilità di **invio DEM per attivare test di prodotto o inviare comunicazioni promozionali**. Attraverso Database Partner in esclusiva è possibile raggiungere circa **200.000 famiglie** che possiedono un animale domestico.



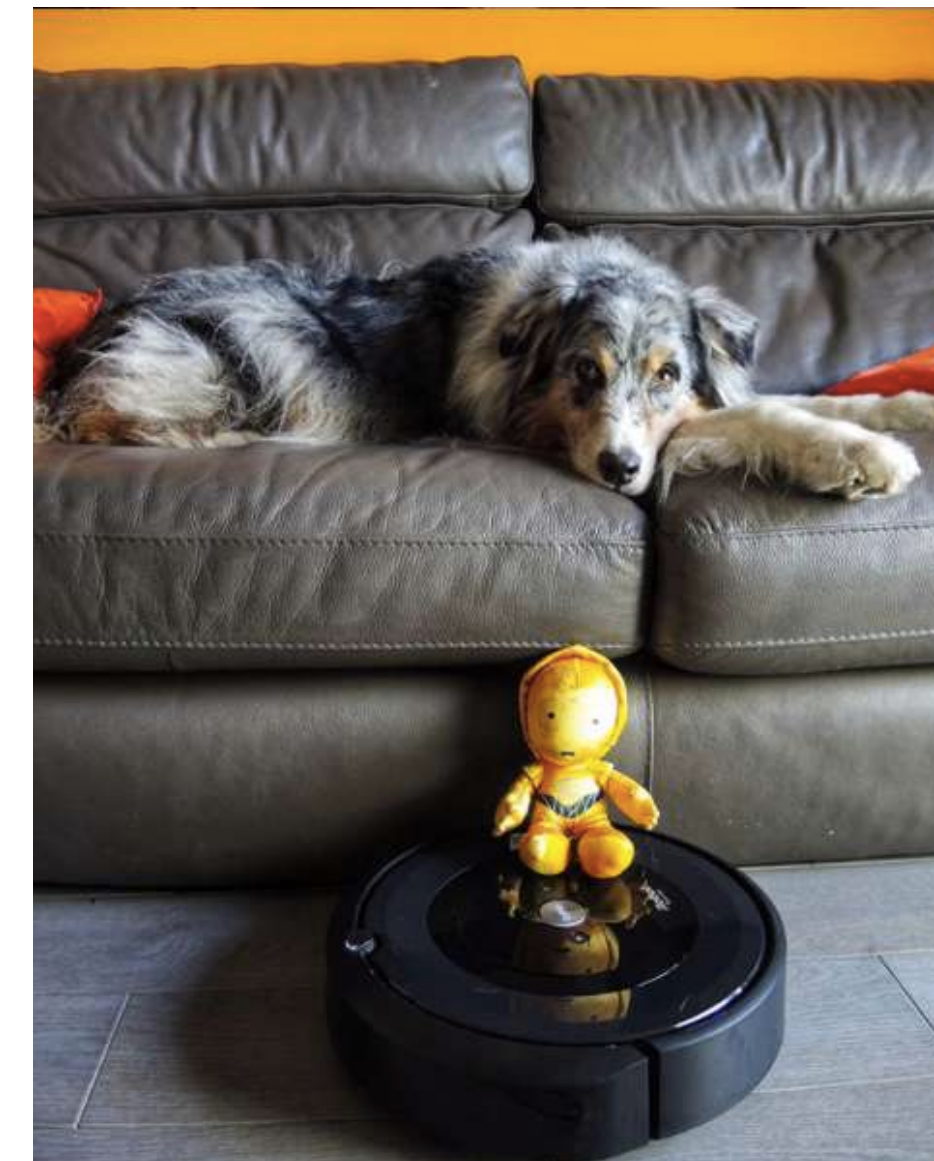
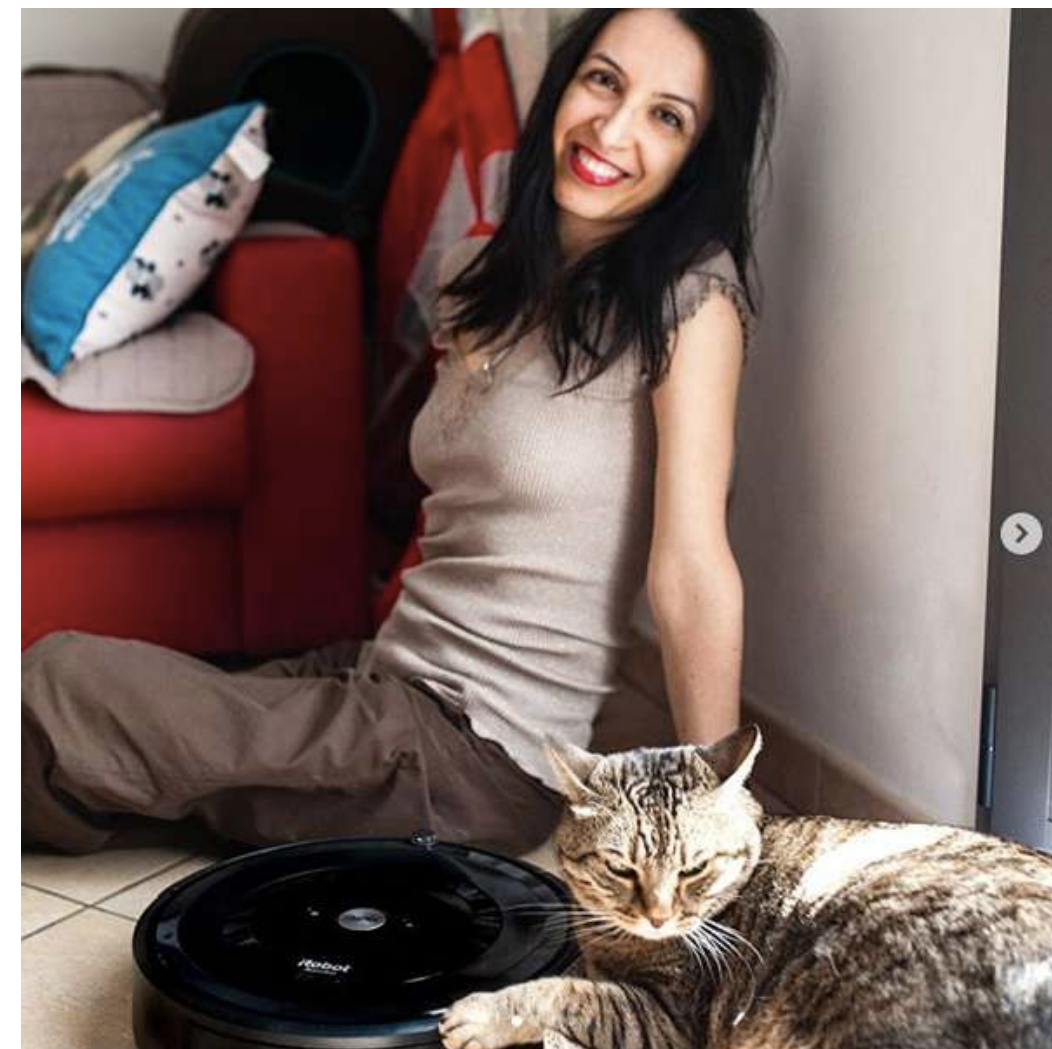
Case Study - Test di prodotto

Roomba iRobot

Obiettivo della campagna era comunicare ai proprietari dei pet che il robot aspirapolvere non rappresenta una minaccia per i pet, che si abituano rapidamente alla sua presenza in quanto silenzioso e discreto. I proprietari di pet sono sicuramente un pubblico molto interessante perché lottano quotidianamente con la presenza di peli sul pavimento.

La leva di marketing selezionata è stata quella dell'**influencer engagement** con la presenza di 5 influencer, credibili presso la loro community sui temi salute-cura degli animali domestici. Le influencer hanno pubblicato blogpost, rilanci social e video, comunicando in modo rassicurante ai propri follower la capacità del dispositivo di risolvere il problema dei peli degli animali senza spaventarli. Sono state descritte le caratteristiche innovative del prodotto con uno stile informale, calato nel racconto della quotidianità dell'influencer e con un tono di voce personale.

Risultati: il progetto ha avuto una social reach di oltre 700.000 contatti con un engagement significativamente maggiore dei benchmark sia interni che di mercato



Incontri nei punti vendita

FattorePet organizza **incontri tra esperti e proprietari di pet presso i punti vendita**, con l'obiettivo di portare traffico in store e dare evidenza ad alcuni prodotti in particolare. Agli incontri vengono invitati anche alcuni **influencer** in modo da **amplificare la portata del messaggio in rete**.

Gli incontri posso essere **declinati per temi e per target**:

- temi: alimentazione, comportamento, scegliere un pet, ...
- target: giornata dedicata a cani, gatti, conigli, ...

Ruolo di FattorePet:

- Individuare esperti da coinvolgere negli eventi
- Coinvolgere le influencer che parteciperanno agli eventi per darne visibilità in rete
- Coordinare tutti gli aspetti operativi (es intrattenimento bambini, allestimento set fotografico, allestimento brandizzato)



Case Study - Incontri nei punti vendita

IKEA

In occasione del lancio della nuova linea LURVIG, dedicata agli amici a 4 zampe, FattorePet ha collaborato con **IKEA** per l'organizzazione di **44 eventi contemporanei in 21 punti vendita in tutta Italia**.

FattorePet ha selezionato i **Medici Veterinari esperti in Comportamento** che hanno parlato durante gli incontri nei vari punti vendita Ikea e hanno risposto alle domande del pubblico.

La ricerca di esperti, il briefing e i contenuti sono stati interamente curati da FattorePet.
In questo modo IKEA ha potuto promuovere sia la sua nuova linea che sensibilizzare i suoi consumatori alle tematiche riguardanti gli animali domestici.

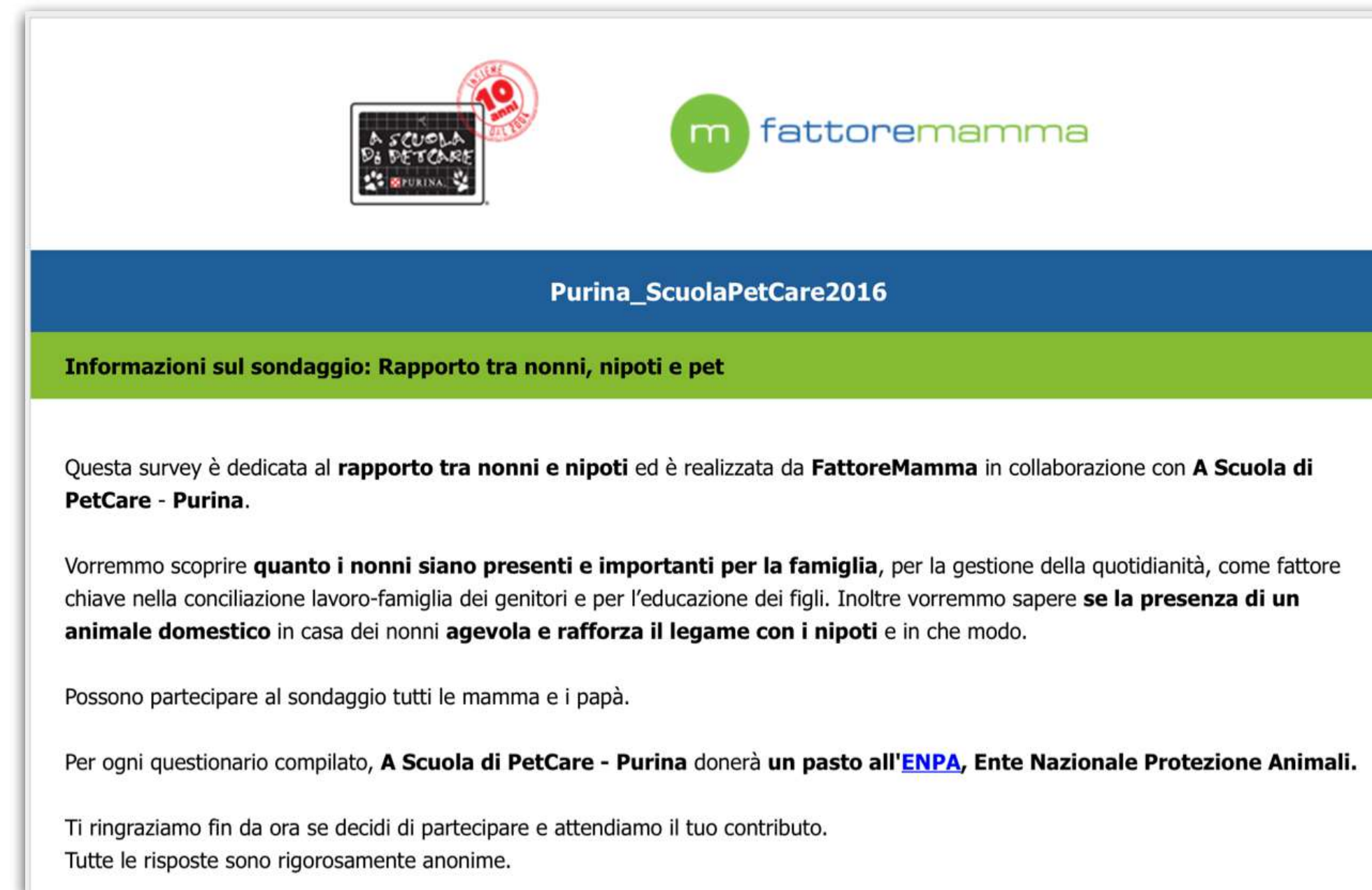
Risultati: oltre 7.800 persone fisiche iscritte agli eventi.



Survey

Ruolo di FattorePet:

- sviluppa un **insieme di domande mirate** a far emergere i temi chiave di un argomento rilevante per il brand
- individua una ONLUS cui destinare il compenso per ciascuna risposta compilata
- costruisce la survey con una piattaforma online e la somministra al target promuovendola direttamente
- raccoglie i dati, prepara i grafici e realizza un'infografica con i dati principali
- effettua la donazione alla Onlus e pubblica i ringraziamenti



The screenshot shows the header of a survey page. At the top, there are two logos: 'A Scuola di PetCare' with a '10 ANNI' anniversary seal, and 'fattoremamma'. Below the logos is a blue banner with the text 'Purina_ScuolaPetCare2016'. Underneath is a green banner with the text 'Informazioni sul sondaggio: Rapporto tra nonni, nipoti e pet'. The main content area is white and contains the following text:

Questa survey è dedicata al **rapporto tra nonni e nipoti** ed è realizzata da **FattoreMamma** in collaborazione con **A Scuola di PetCare - Purina**.

Vorremmo scoprire **quanto i nonni siano presenti e importanti per la famiglia**, per la gestione della quotidianità, come fattore chiave nella conciliazione lavoro-famiglia dei genitori e per l'educazione dei figli. Inoltre vorremmo sapere **se la presenza di un animale domestico** in casa dei nonni **agevola e rafforza il legame con i nipoti** e in che modo.

Possono partecipare al sondaggio tutti le mamma e i papà.

Per ogni questionario compilato, **A Scuola di PetCare - Purina** donerà un pasto all'**ENPA, Ente Nazionale Protezione Animali**.

Ti ringraziamo fin da ora se decidi di partecipare e attendiamo il tuo contributo.
Tutte le risposte sono rigorosamente anonime.



Case Study - Survey

Purina

Per incrementare la conoscenza del valore dei pet in famiglia è stata sviluppata una Survey rivolta ai genitori in rete per indagare come la presenza di un animale influisca sul rapporto nonni-nipoti.

FattorePet ha prodotto la Survey in collaborazione con Purina e l'ha diffusa in rete tramite un network di blogger selezionate. I risultati hanno poi prodotto un'infografica e sono stati discussi da un team di esperti durante un evento.

La tavola rotonda con gli esperti riservata a 15 influencer si è svolta in mattinata, mentre nel pomeriggio sono stati organizzati incontri aperti al pubblico con laboratori per bambini e attività dedicate alle famiglie e agli amici a 4 zampe.

Risultati: oltre 2 milioni di impression



Amplificazione attività offline del brand

FattorePet aiuta il brand ad **amplificare attività che realizza offline**, come la presenza a fiere di settore, l'attivazione di campagne di beneficenza etc.

L'amplificazione può avvenire tramite il coinvolgimento di:

- influencer che partecipano all'iniziativa e la raccontano sui loro social
- attivazione della Social Media Troupe per la realizzazione di contenuti mirati
- influencer che raccontano sui loro canali l'attività del brand accrescendone la portata

Di cosa si occupa la **Social Media Troupe**:

- realizzare foto durante l'evento, occupandosi della selezione, postproduzione e pubblicazione su IG e FB
- realizzazione di video e IG stories che raccontino gli aspetti principali dell'evento valorizzandone le caratteristiche principali

Il risultato è molto coerente con le logiche e i linguaggi dei canali social. Inoltre si rispetta l'esigenza di veicolare il senso della diretta rispetto allo svolgimento delle manifestazioni con una post produzione accurata e rapida.



Case Study - Amplificazione attività offline del brand Hill's

La Social Media Troupe di FattorePet ha seguito le attività organizzate da Hill's in occasione della Pet Week, creando contenuti originali che sono stati pubblicati e promossi sui social

- *attività sul tram*: la troupe ha raccontato l'attività sul Pet Tram con foto, video e interviste all'esperto, con un montaggio agile, professionale e coinvolgente
- *attività in piazza 4 febbraio*: ha documentato le attività ludiche organizzate tra i proprietari e i loro pet
- *stand in fiera*: ha infine realizzato riprese video e scatti fotografici a pet e proprietari presenti allo stand del brand e durante le attività organizzate con lo specialista

Risultati:

- una social reach complessiva: oltre 300.000 contatti
- la produzione di più di 40 contenuti originali forniti al cliente e condivisi su diversi canali
- sentiment verso il brand e verso la manifestazione decisamente positivo



Case Study - Amplificazione attività offline del brand

MSD Animal Health

MSD Animal Health ha coinvolto FattorePet per dare visibilità e **amplificare la portata della Campagna Charity** dell'azienda di donare 1 euro all'associazione "UADA – Un atto d'amore Onlus" per promuovere progetti di beneficenza e supportare le attività di volontariato per garantire la salute e il benessere degli animali.

FattorePet ha avuto il ruolo di **rilanciare l'iniziativa di solidarietà dell'azienda** all'interno di un carnet scelto di pagine Facebook dedicate ai pet, aumentando la portata del messaggio e garantendo il raggiungimento dell'obiettivo: la donazione di 10.000 euro all'associazione.

Risultati: 310.000 impression

La campagna ha avuto molta visibilità, suscitando un grande interesse nel pubblico e ottenendo un tasso di engagement del 4%





fattorepet

Via Guercino, 1- 20154 Milano

Tel.: 02.83986461

web: **fattorepet.com**

e-mail: **info@fattorepet.com**

