



14/09/2017

La Fujifilm di San Paolo lancia il sito web per la carta a colori originale

L'identità societaria è la chiave: un'idea che la Fujifilm di San Paolo ha utilizzato per creare e lanciare un nuovo sito web per la gamma di carte all'alogenuro di argento.

Oltre a essere una vetrina per la gamma di prodotti, il sito web è anche un esempio riuscito di come si possa utilizzare uno strumento di marketing per creare un'identità societaria coerente: il sito web dà vita al nuovo claim del marchio, al logo e alle immagini.

Sul sito web, gli utenti possono scoprire e conoscere la straordinaria gamma di carte a colori all'alogenuro di argento e i vari tipi di carte. Grandi immagini, brevi testi esplicativi ed elenchi puntati forniscono una prima impressione e informazioni introduttive, mentre i link portano a contenuti più dettagliati sui prodotti.



MAKE
IT AN
Original

Con l'intento di promuovere la gamma di carte professionali, la Fujifilm di San Paolo lancia anche il laboratorio originale Fujifilm, un programma a 360° per il mercato professionale, che include laboratori fotografici, fotografi, associazioni di event marketing e consumatori.

Lo scopo del sito web è generare lead tra i fotografi professionisti e il lancio ha già avuto un effetto collaterale positivo: la Fujifilm di San Paolo ha tenuto due congressi per fotografi professionisti in cui sono stati distribuiti 2.000 kit campione.

Un altro evento di marketing offline è stata una mostra di successo che utilizzava la nuova identità coerente mostrando il logo, il claim e le immagini.

<https://conhecaoriginal.com.br/>



MAKE
IT AN
Original