E se fossero gli utenti a creare le pubblicità per le aziende? Zooppa.com

di Paolo Franzese

Fondamentale per gli operatori di marketing…
L'idea
Zooppa.com è la prima start-up italo americana che ha rivoluzionato l'idea tradizionale di pubblicità, trasformando il cliente stesso da destinatario a protagonista del processo creativo.
L'obiettivo di Zooppa.com è quello di dare origine ad una comunità di creativi e videomaker, professionali e amatoriali, che concorrono per creare le pubblicità più riuscite e virali.
Come funziona
Nel suo ruolo di generatore di pubblicità online, Zooppa.com lavora con aziende a livello nazionale e
internazionale per offrire agli utenti la possibilità di creare video pubblicitari per gli stessi marchi da cui
poi verranno pagati.
Per ogni nuova campagna, Zooppa.com fornisce brief d'agenzia sponsorizzati dalle società coinvolte.
Sulla base di queste linee guida, gli utenti possono caricare pagine grafiche, idee e sceneggiature per
potenziali pubblicità o realizzare brevi video veri e propri da postare sul sito.
I
contributi passano a questo punto alla votazione on-line. La community degli utenti registrati decreta
quelli che vinceranno e si aggiudicheranno premi in denaro.
E non sono solo i video ad essere premiati, ma anche la collaborazione tra gli utenti, incentivata attraverso un premio speciale denominato Team Bonus. Se, infatti, un video viene realizzato utilizzando l'idea postata da un altro utente, entrambi, sia l'autore dell'idea che il regista del video vincitore riceveranno una somma aggiuntiva.
I
noltre, Zooppa.com è più di una piattaforma in cui i consumatori sono coinvolti in prima persona nel
creare pubblicità. Zooppa.com, infatti, trasforma il processo del "fare pubblicità" nella campagna pubblicitaria stessa!
Dove sta la differenzaà
Zooppa.com è radicalmente diversa da qualsiasi altra piattaforma di generazione di contenuti poiché
ricompensa i vincitori con premi in denaro. Inoltre, offre agli utenti la possibilità di coordinare e integrare diverse abilità, dall'idea per la sceneggiatura alla regìa vera e propria.
Un'altra peculiarità di Zooppa.com è la sua funzione di intermediario tra gli autori dei contenuti e le aziende stesse. Laddove, infatti, le società che sponsorizzano le gare vogliano utilizzare i materiali postati sul sito per sfruttarli come campagne pubblicitarie su altri mezzi, Zooppa.com assicura un range di prezzo da un valore minimo ad uno massimo, all'interno del quale far incontrare gli

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

interessi degli utenti e delle aziende.
Dopo un periodo di testing ed una gara promozionale per un marchio ideato da Zooppa.com, la versione beta del sito è stata lanciata il primo marzo 2007. Nell' agosto 2007 viene lanciata una versione del sito completamente rinnovata nella grafica e nelle funzionalità.

Da un articolo scritto da Paolo Franzese il 3 Agosto 2011

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons