

PARTNERSHIP

DigitalBees lancia uno strumento per i contenuti video e si accorda con PR Hub

DigitalBees e PR Hub hanno in comune l'obiettivo di essere veri game changer nel mondo delle pr e del content marketing, rendendosi promotori. da un lato, di nuovi modelli strategici per la promozione dei brand, dall'altro di un approccio inedito e maggiormente etico alle pubbliche relazioni. Un nuovo traguardo per entrambe è quindi l'avvio di una partnership che mette a disposizione delle agenzie di pubbliche relazioni associate uno strumento innovativo per rendere sempre più fruibili i contenuti video studiati e proposti dalle loro aziende clienti. Con l'utilizzo di una tecnologia proprietaria si potrà dunque aumentare esponenzialmente la visibilità di un contenuto video, sfruttando il carnet di editori digitali già partner di DigitalBees e non solo. Le agenzie all'interno di PR Hub si sono così assicurate un vantaggio competitivo che fa dell'innovazione e dell'uso efficiente degli strumenti di comunicazione aziendali i suoi punti di forza. Considerando infatti che, solo nel 2017, l'utilizzo dei contenuti video da parte degli utenti ha registrato un +35%, e se ne stima per il futuro una crescita ulteriore del 30% annuo, per i prossimi tre anni (dati Cisco), è evidente come l'approccio strategico al video content da parte di chi si occupa di pubbliche relazioni sia sempre più importante. Un trend confermato anche dalla preferenza dei



consumatori, oltre il 50% dei quali desidera vedere più content marketing ed elegge canali diversi dai social come prediletti per la fruizione degli stessi (dati HubSpot). DigitalBees, che già gestisce i diritti per l'utilizzo di più di 140mila contenuti editoriali audiovisivi e li rende immediatamente fruibili per qualsiasi piattaforma, dal web al mobile alla connected Tv, è così in grado di fornire alle agenzie stampa e di pr soluzioni video mirate grazie a un'offerta tailor made realizzata in base alle esigenze specifiche. Per le aziende la nuova partnership apre un nuovo scenario nell'utilizzo dei contenuti di qualità prodotti internamente: attraverso un ripensamento "pr oriented" di questi ultimi, infatti, questo nuo-

vo connubio mette a loro disposizione un diverso canale di comunicazione, complementare a quelli definibili owned, rappresentato dai diversi widget integrati nei siti degli editori selezionati dalla start up, verificati e valutati nella qualità anche grazie alla collaborazione, che supera ormai l'anno, con WebSystem 24, concessionaria del gruppo 24Ore. Aumenta così in maniera significativa il potenziale di visibilità dei contenuti proposti e il loro posizionamento all'interno dell'offerta di informazione online. «In questo contesto ha confermato il coordinatore di Pr Hub, Andrea Cornelli - "l'agenzia pr trova così un alleato in grado di comprendere le esigenze lato content marketing e di fornire stru-

menti (anche white label) e supporto per garantire la massima diffusione possibile dei contenuti esistenti». «DigitalBees conferma il suo Dna da "content facilitator". Infatti, il progetto proposto a PR Hub mette a disposizione dei contenuti della brand la nostra piattaforma per la veicolazione dei video editoriali, già alla base della consolidata offerta preroll adv. Si è deciso di massimizzare i nostri prodotti tecnologici nativi, adattivi e tracciabili, senza tralasciare che facilitazione significa anche dare opportuna consulenza sui format e sull'editing video. Customizzazione e misurazione quindi le parole chiave per le soluzioni DigitalBees dedicate alle video pr» ha rimarcato la ceo di DigitalBees, Barbara Bontempi.