


[« Post precedente](#)
[Post successivo »](#)

Una Zooppa di Brand diversi: chi dovrebbe essere il prossimo?

di **Lafra** - Martedì 11 Settembre 2007 alle 15:11



Si iniziò a sentir parlare di questo zooppa a **Gennaio 2007** quando quella che veniva definita

"l'ennesima piattaforma per il video publishing" era in versione beta test e, come spesso succede, accessibile solo su invito. In pochi allora sapevano cosa c'era veramente dietro a questo nuovo progetto, tanto che fra i commenti si legge *"Mah, c'era proprio bisogno di un'altra piattaforma? Tanto tutti utilizzano youtube cmq, anche se c'è di meglio in giro :-D"*.

Ora quello stesso utente credo che esprimerebbe un'opinione diversa nei confronti di **Zooppa**, la piattaforma di social advertising che si prefigge appunto di rendere "sociale", e quindi aperto a tutti, il tradizionale modo di fare pubblicità:

- C'è un **brand**: fino ad oggi ce ne sono stati ben più di uno in realtà ma di questo parleremo dopo;
- C'è una **gara**, il cui numero di possibili partecipanti è potenzialmente illimitato;
- C'è un **brief**: ogni gara è corredata di brief scritto e soprattutto di videobrief, il cui protagonista incontrastato è il divertente e bizzarro Big Zooppa, destinato a diventare un tormentone grazie all'accento italoamericano con cui si rivolge ai *ciccio brothers e ciccio sisters*;
- C'è un **"budget"**, o meglio un compenso in denaro per colui che vince la gara.

Il tutto è condito dall'elemento "social": i partecipanti alle gare non sono agenzie di comunicazione (anche se non escludo che qualche agenzia ogni tanto partecipi, anche solo per divertirsi un po') ma utenti con le loro idee e le loro capacità.

Qualche ingrediente in più a rendere la "Zooppa" ancora più saporita c'è:

- Il **Team Bonus**, con cui Zooppa promuove la collaborazione tra utenti. Si tratta infatti di un premio che viene attribuito ad uno dei primi tre video vincitori realizzato grazie al concept, ossia all'idea o alla sceneggiatura, di un altro utente;
- Il **Premio "Buona la prima"**: come spiega lo staff di Zooppa "Questo premio viene assegnato dalla redazione al miglior video estemporaneo, ottenuto tramite una produzione che si basa su mezzi molto semplici".

Insomma c'è spazio per tutti su Zooppa, per tutti gli utenti ma a quanto emerge da questi primi 6 mesi di vita (è partito ufficialmente a Marzo) anche per tutte le aziende che vogliono aprirsi a nuovi approcci di comunicazione.

I brand che si sono susseguiti sono quanto più eterogenei:

- Brand giovani come Havaianas
- Brand istituzionali come Rai.TV
- Brand finanziari come Fineco

La Gara attualmente "on air" è quella per la nuova citycar di casa Citroen in uscita nelle concessionarie ad ottobre e quindi al momento fisicamente non disponibile: la **C1 DeeJay**. Oltre a segnare l'ingresso del settore automotive in Zooppa è interessante osservare come l'impossibilità di riprendere la macchina non stia scoraggiando gli utenti. Vi consiglio di guardare come esempio **uno dei video realizzati**.

Per concludere vi invito infine a leggere la recente **intervista a Davide Lombardi**, ideatore di Zooppa, in cui vengono descritte anche le novità della nuova release lanciata questa estate,

RSS [oneWeb2.0](#) / [commenti](#)

NETWORK [Ultimi post del network](#)

NEWSLETTER

VUOI COLLABORARE? [Inviaci una segnalazione](#)

ULTIMI POST DEL NETWORK

Gizmo5 sceglie jajah

Gizmo5, software gratuito che permette di telefonare via Internet, mediante la tecnologia VoIP e il protocollo SIP, ha scelto Jajah come provider ...

[Continua a leggere su oneVoiceoverip](#)

CATEGORIE

- Enterprise 2.0
- Eventi
- Linguaggi e standard
- Media 2.0
- Novità e tendenze
- Servizi e applicazioni
- Web 2.0 e Marketing

COMMENTI RECENTI

- Stefano Besana in Come creo e mantengo un profilo su LinkedIn?
- sybillinux in Bestuff: le cose migliori del mondo
- patrizia filippetti in Bestuff: le cose migliori del mondo

ARCHIVIO

- Luglio 2008
- Giugno 2008
- Maggio 2008
- Aprile 2008
- Marzo 2008
- Febbraio 2008
- Gennaio 2008
- Dicembre 2007
- Novembre 2007
- Ottobre 2007
- Settembre 2007
- Agosto 2007
- Luglio 2007
- Giugno 2007
- Maggio 2007



- Stefano Besana in Come creo e mantengo un profilo su LinkedIn?
- simona in Come creo e mantengo un profilo su LinkedIn?

LINK UTILI

- Ajax
- CSS
- Digital business
- Download software
- Edit
- Forum
- HTML.it
- ICTV: WebTv e video
- News
- Offerte ADSL
- PMI.it
- Web Design

- nicola de carne in Larga banda? Spinge, ed è spinta, il Web 2.0

PIÙ COMMENTATI

- Il Web 2.0 ci rende stupidi e disincantati (30)
- Il Web 2.0 per viaggiare - seconda parte (5)
- Anche la droga è 2.0 (4)
- Il mio primo tentativo: LinkedIn: un social-network non generalista (4)
- Il Web 2.0 per viaggiare - seconda parte (5)
- Anche la droga è 2.0 (4)
- Il mio primo tentativo: LinkedIn: un social-network non generalista (4)
- Il Web 2.0 per viaggiare - seconda parte (5)
- Anche la droga è 2.0 (4)
- Il mio primo tentativo: LinkedIn: un social-network non generalista (4)

NETWORK ONEBLOG

- oneBlog
- oneADSL
- oneApple
- oneAuto
- oneCMS
- oneComics
- oneDigital
- oneEconomy
- oneGames
- oneHardware
- oneHome
- oneIPTelevision
- oneITJob
- oneIToffice
- oneITsecurity
- oneITVideo
- oneLuxury
- oneMarketing
- oneMobile
- oneOpenSource
- oneP2P
- oneVintage
- oneVista
- oneVoiceOverIP
- oneWeb20

- Fiat 500, il più grande caso di marketing 2.0 (7)
- Il Web 2.0 per viaggiare - seconda parte (5)
- Anche la droga è 2.0 (4)
- Il mio primo tentativo: LinkedIn: un social-network non generalista (4)
- Il Web 2.0 per viaggiare - seconda parte (5)
- Anche la droga è 2.0 (4)
- Il mio primo tentativo: LinkedIn: un social-network non generalista (4)
- Il Web 2.0 per viaggiare - seconda parte (5)
- Anche la droga è 2.0 (4)
- Il mio primo tentativo: LinkedIn: un social-network non generalista (4)

TAGS

ajax blog collaborazione