

22/01/2022

CAMPAGNE
WEB MARKETING
AGENZIE
BRAND E AZIENDE
MEDIA INDUSTRY
TECNOLOGIA
DATI E RICERCHE
SOCIAL MEDIA
EVENTI
PROGRAMMATIC ITALIA

RUBRICHE
BLOG
MAGAZINE
AGENDA
JOBS

Iscriviti subito
la newsletter dal mondo
della comunicazione



adform
INTRODUCING ID FUSION

Activates First- and Third-Party IDs Across All Browsers and Devices.

LEARN MORE

MEDIA INDUSTRY | CAMPAGNE

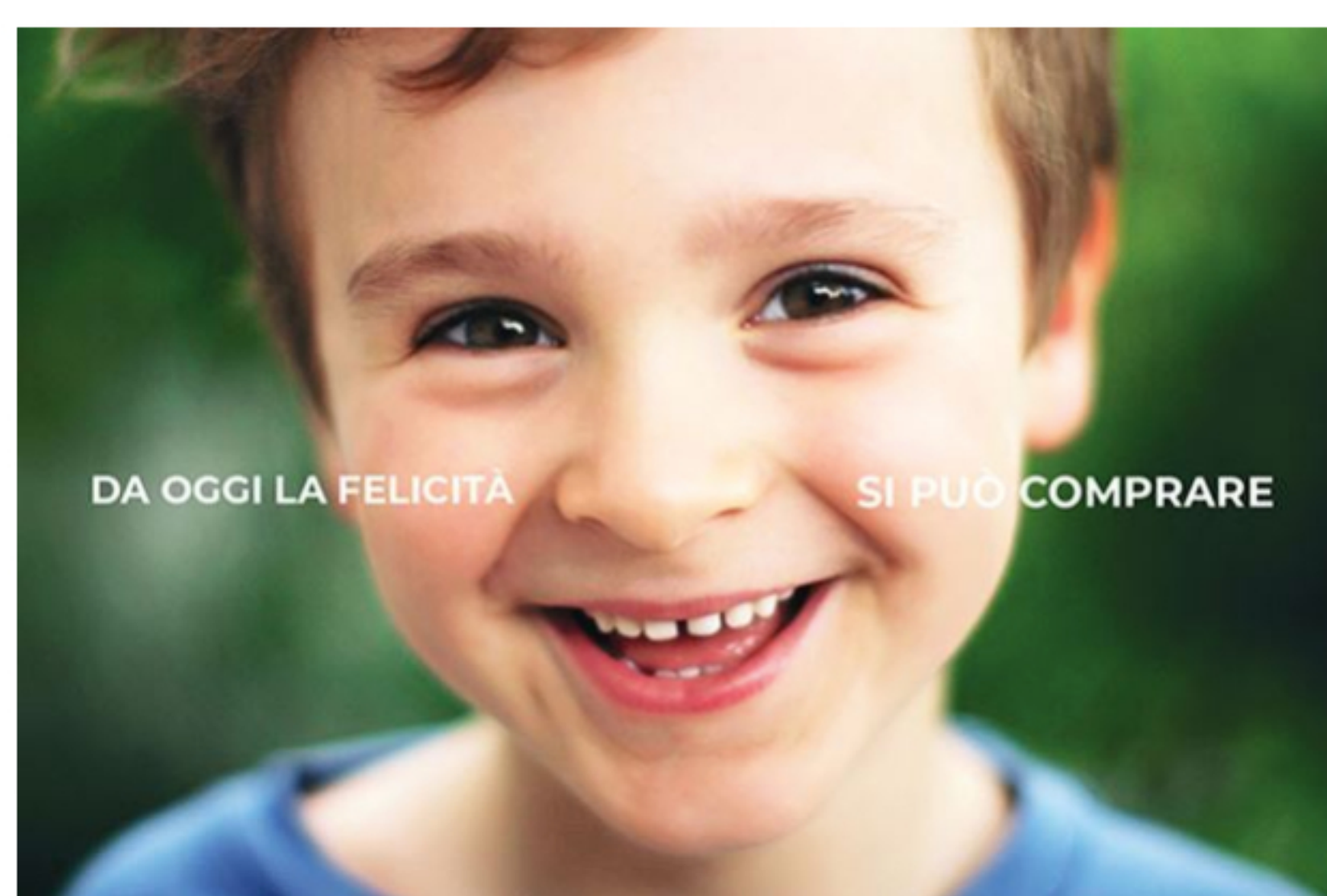
27/11/2019



di Alessandra La Rosa

NASCE BUYANDHELP.IT, SITO DI CASHBACK SOLIDALE. LANCIO DIGITAL CON VANGOGH

Il servizio consente di fare acquisti online risparmiando ed effettuando in automatico donazioni a iniziative solidali a favore dei bambini



Un dettaglio della campagna



Ascolta questo articolo ora...

0:00



È online da oggi **Buyandhelp.it**, [piattaforma](#) che permette di fare acquisti in moltissimi negozi online ottenendo in cambio due importanti benefici: un risparmio per chi acquista, grazie al meccanismo del cashback, e una donazione, senza costi aggiuntivi, da destinare a un'iniziativa solidale a favore dei bambini, selezionata dall'acquirente. Una vera rivoluzione che cambia il modo di fare shopping: senza bisogno di modificare le proprie abitudini di acquisto e senza costi di alcun tipo, si potranno aiutare tanti bambini sul territorio italiano. In questa prima fase di start-up hanno aderito alla convenzione già più di 1.300 negozi online, inclusi i più importanti brand dell'e-commerce; la gamma delle offerte commerciali copre ogni ambito di consumo e andrà ampliandosi nel tempo così da soddisfare anche settori più di nicchia. **VanGoGh**, agenzia milanese parte di AIM Group International, dopo aver contribuito allo **sviluppo del sito**, ne ha curato la campagna di lancio, e ora gestirà i **canali social** del brand e si occuperà di **tutte le azioni di comunicazione online e offline** che verranno attuate. «Mi sono innamorato immediatamente del progetto - commenta **Max Galli**, fondatore e presidente di vanGoGh - al punto da diventare parte integrante di questo gruppo di pragmatici sognatori che desiderano un mondo migliore per i bambini. Condividiamo i valori e gli ambiziosi obiettivi che muovono questa grande iniziativa: aiutare i bambini in difficoltà con una modalità innovativa che abbiamo contribuito a creare». "Compri, risparmi, fai del bene" è il claim che sintetizza il funzionamento di Buyandhelp.it. Il meccanismo è semplice: utilizzando i propri negozi preferiti, ma accedendo al sito buyandhelp.it, l'utente otterrà un rimborso (variabile a secondo del negozio scelto) e sosterrà un progetto solidale di Buy and Help a sua scelta. L'acquisto da parte dell'utente genera automaticamente una donazione, pagata da Buy and Help, che finanzia il progetto scelto. Il progetto è rivolto anche alle aziende, sia per trovare un nuovo canale di distribuzione online, sia per proporlo ai propri dipendenti attraverso una piattaforma personalizzata a costo zero come forma di sensibilità sociale, diventando **Business Partner**. I partner fondatori del progetto sono: **Pointer**, partner specializzato in cashback che ha progettato il sistema di affiliazione. Si occupa di gestire la relazione commerciale con i negozi e il pagamento del rimborso agli utenti; vanGoGh, l'agenzia creativa che si occupa del sito e di tutta la comunicazione on e offline; e **Tutticontiamo**, la Onlus a cui Buy and Help affida la gestione della percentuale di cashback da destinare alle azioni solidali, che si occupa di selezionare i progetti e verificarne l'andamento e, quando possibile, offre anche un ulteriore supporto alla loro realizzazione. Il lancio in comunicazione è stato attivato per il momento con una **campagna digital** che prevede attività SEO e SEM, Google Ads e social media. **In futuro si valuteranno opportunità di adv offline**, pianificate autonomamente.

SCOPRI ALTRI CONTENUTI SU

| BUYANDHELP.IT | PUBBLICITÀ BUYANDHELP.IT | VANGOGH |



ARTICOLI CORRELATI



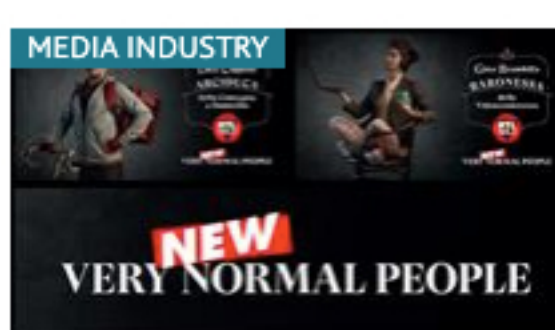
Sky racconta l'evoluzione di Sky GO in un nuovo spot pubblicitario



Netflix crea una "no-spoiler zone" per il lancio della nuova stagione de "La Casa di Carta"



Netflix lancia A Classic Horror Story con la mano Andy: lo spot



RTL 102.5 lancia la nuova campagna "Very NEW Normal People" e si prepara agli Europei



Virgin Radio lancia la nuova campagna multimediale 'Believe in Rock'



Benedetta Rossi per il lancio italiano di Waffles + Mochi, la serie Netflix ideata da Michelle Obama



Il Castello di Hogwarts di Harry Potter in edicola con La Gazzetta dello Sport e il Corriere della Sera



Disney+ presenta il brand Star. Andrea Pirlo volto della campagna di lancio



La Gazzetta dello Sport e discovery+ lanciano l'offerta bundle



Domani, I'm not a robot vince la gara e firma la campagna pubblicitaria di lancio

Iscriviti subito
la newsletter dal mondo
della comunicazione



VIDEO

VEDI TUTTI →



Focus Next 30, i brand al centro del racconto. Intervista a Pamela Carati

● ○ ○ ○ ○



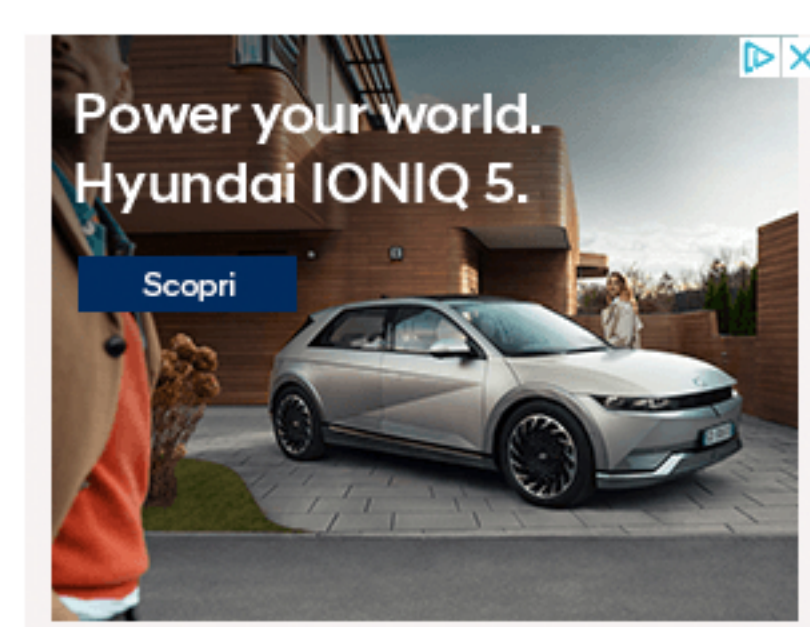
INTERVISTE

VEDI TUTTE →



Blimp, la società di analytics per il DOOH, cresce e guarda anche all'estero

● ○ ○ ○ ○



seguici su



CHI SIAMO | COOKIE POLICY | PRIVACY | CONTATTI | CHANGE PRIVACY SETTINGS

ENGAGE

Sede Amministrativa: Corso Magenta 85, 20123 - Milano (MI) - P.IVA 08421160964

Redazione: redazione@engage.it

Marketing: marketing@edimaker.it

Engage.it è associata all'

