

Amadori lancia la sua vetrina virtuale immersiva

Una sorta di "boutique" nella quale vengono mostrati tutti i prodotti e le loro caratteristiche

CESENA.

Amadori lancia la sua boutique digitale immersiva, una vetrina che mette in mostra tutta l'offerta del gruppo cesenate specialista del settore avicolo e che detiene una quota del 30% del mercato italiano. «Basta digitare <https://amaverso.amadori.it/> (o entrare dalla sezione "Prodotti" del sito)», informa la nota stampa diffusa ieri, «per accedere a un virtual showroom in 3D strutturato come un open space navigabi-

le in soggettiva a 360°, dal design contemporaneo e organizzato in corner dai visual in linea con la "filosofia" della gamma in esposizione, con touchpoints per muoversi e approfondire i sub-brand e le singole referenze.

«AMAverso», spiega Matteo Conti, direttore marketing strategico, «è molto di più dell'evoluzione del catalogo in una vetrina virtuale: vogliamo rafforzare la nostra identità attraverso una narrazione immersiva che valorizzi le gamme Amadori come protagoniste di uno storytelling fondato sulla qualità e il know-how di filiere integrate, italiane e controllate in ogni

30%
LA QUOTA
DEL GRUPPO
NELL'AVICOLO
ITALIANO

fase. L'organizzazione dell'ambiente, con hall d'ingresso e spazio navigabile alla stregua di un virtual tour, con hotspots interattivi e corner 'vestiti' Amadori, è stato scelto per mostrare agli utenti business e consumer il valore di una proposta commerciale in cui il nostro brand è player di riferimento di un'offerta di alta qualità a base di proteine bian-

che, rosa e verdi. Vogliamo conferire ancora più personalità ai prodotti e testimoniare l'innovazione di Amadori e l'attenzione ai consumatori, anche attraverso nuove esperienze di marca che mixano intrattenimento ed educazione.»



Il catalogo digitale con una delle gamme di prodotto di Amadori