



MagNews
Il nostro nuovo white paper
Guida alla Marketing Automation
[Free Download](#)

Editoria Horizon Group chiude il primo semestre a 700mila euro

Come spesso accade, i numeri hanno un peso maggiore rispetto alle parole e alle promesse. Ed è proprio attraverso i numeri da record che Francesco Fasano, presidente di Horizon Group, vuole raccontare questo primo semestre del 2016 che si apre con il lancio di Fidelity Cucina, il primo canale verticale del network firmato Fidelity House, che si distingue per il suo innovativo motore di ricerca studiato in modo specifico per le ricette e per la sua grafica fresca ed intuitiva. Caratteristiche che sono state subito notate da brand rilevanti nel settore dell'enogastronomia, soprattutto grazie allo spazio che Fidelity Cucina ha voluto riservare alle moderne tendenze culinarie.

IMPORTANTI COLLABORAZIONI

Partnership di successo, dominio social ed esplosione di traffico: solo a giugno 10 milioni gli utenti unici

Non tardano dunque ad arrivare le prime soddisfazioni in termini di collaborazioni per consulenza e visibilità, prima con Meno22percento, che strizza l'occhio ai prodotti naturali made in Italy, e ora anche con InCibo, che punta alla commercializzazione di prodotti alimentari italiani d'eccellenza. A queste si aggiungono anche le richieste di videoricette virali per diversi brand, pubblicate sulla fan page Facebook di Fidelity Cucina. Contiamo, attraverso questa collaborazione, di portare il nostro portale di vendita di prodotti assolutamente artigianali senza intermediazioni commerciali, a livelli di leadership sul mercato nazionale - ha detto Norberto Bucciarelli, presidente di InCibo -. Si tratta



FRANCESCO FASANO E MASSIMO BENINI

di un progetto ambizioso che richiede inequivocabilmente un partner affidabile e altrettanto ambizioso come Horizon Group".

SUCCESSI SU FACEBOOK

Va sottolineato un altro grande traguardo legato proprio al canale social: il raggiungimento dei 500

mila fan solo sulla pagina Facebook di Fidelity Cucina, verificata dal bollino blu e contraddistinta da un'elevata reattività per quel che riguarda la risposta ai messaggi degli utenti, ed un milione di fan complessivi su tutte le fan page del network. Peralto Fidelity House si è guadagnata un posto nelle "Storie di successo" su Facebook, a dimostrazione dell'ottimo lavoro svolto fino ad oggi.

PRIMO SEMESTRE A 700 MILA EURO DI RICAVI

Grandi numeri anche quelli legati al traffico, che fanno registrare un record dopo l'altro. Nel solo mese di giugno 2016 sono stati raggiunti 10 milioni di utenti unici e viste ben 40 milioni di pagine (fonte dati: Google Analytics), raddoppiando il traguardo raggiunto a dicembre 2015. Dati questi che permettono di chiudere il primo semestre del 2016 con un fatturato di oltre 700 mila euro.



MagNews
Guida alla Marketing Automation
Scarica il nostro ebook con consigli pratici su come integrare la Marketing Automation nella tua strategia di comunicazione.
[Free Download](#)