



COMUNICATO STAMPA



## Leevia lancia “Spin and Win”, la ruota della fortuna per la Lead Generation

*La start-up italiana Leevia aggiunge un nuovo prodotto alla “Gamification Suite” della propria piattaforma per l’organizzazione di concorsi a premi da parte di agenzie e brand*

Milano - 04 marzo 2019. Dopo il successo ottenuto da **Scratch and Win**, prodotto per **contest online** che ha registrato **tassi di conversione medi maggiori del 35%**, Leevia, la start up tutta italiana leader per la creazione, gestione di concorsi a premi online per agenzie di comunicazione e brand, continua la sua esplorazione del **mondo della gamification** al servizio della **generazione di lead**.

Nasce quindi **Spin and Win**, una sorta di “ruota della fortuna” che permetterà alle community di utenti di scoprire subito se hanno vinto o meno un premio in palio, rientrando così nella classificazione dei contest **Instant Win**. Un ulteriore tassello ad implementazione della

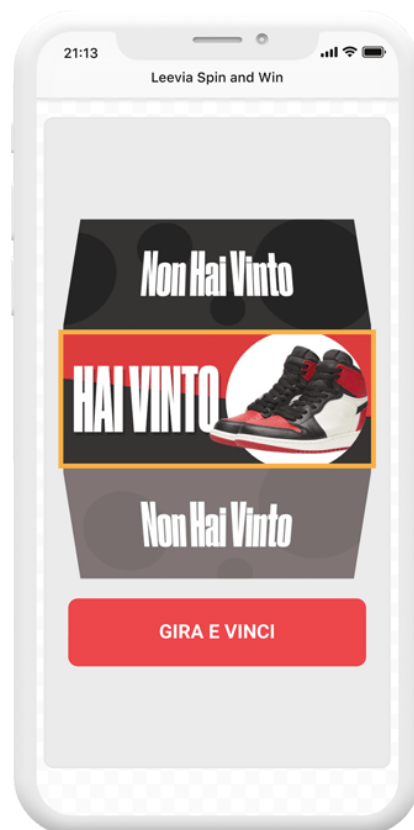
**Gamification suite** di Leevia, nata al fine di soddisfare il **cambiamento dei comportamenti degli utenti** in rete.

Francesco Mancino, CEO e Co-Founder di Leevia, ci spiega che *“l’utente web e social non è più passivo com’era fino a qualche anno fa. Non si lascia più bombardare dal flusso di informazioni e contenuti, ma vuole essere **parte attiva del processo**. Ecco che la **necessità di esplorare nuovi orizzonti** per far vivere un’esperienza agli appartenenti della propria community diviene sempre più reale e da questo nasce l’idea di una suite di prodotti dedicati proprio alla **gamification**, in modo che i partecipanti possano **compiere delle azioni** che vanno oltre la semplice **compilazione di un form**.”*

## **Leevia Spin and Win: tutti i dettagli**

Il **funzionamento**, dal lato dell’utente, è molto semplice:

1 - L’utente visualizza la ruota della fortuna con **in evidenza il premio in palio** e clicca il pulsante per partecipare:



2 - Successivamente, l’utente compila il form che andrà a raccogliere i **dati di profilazione**. I campi del form sono personalizzabili **secondo le esigenze del CRM**:

21:13 Leevia Spin and Win

**Nome**  
Mario

**Cognome**  
Rossi

**Email**  
mariorossi@gimmail.com

**Sesso**  
M

Dichiaro di essere maggiorenne e ACCETTO il regolamento ed acconsento al trattamento dei dati come specificatamente indicato nell'[informativa](#)

Sì  No

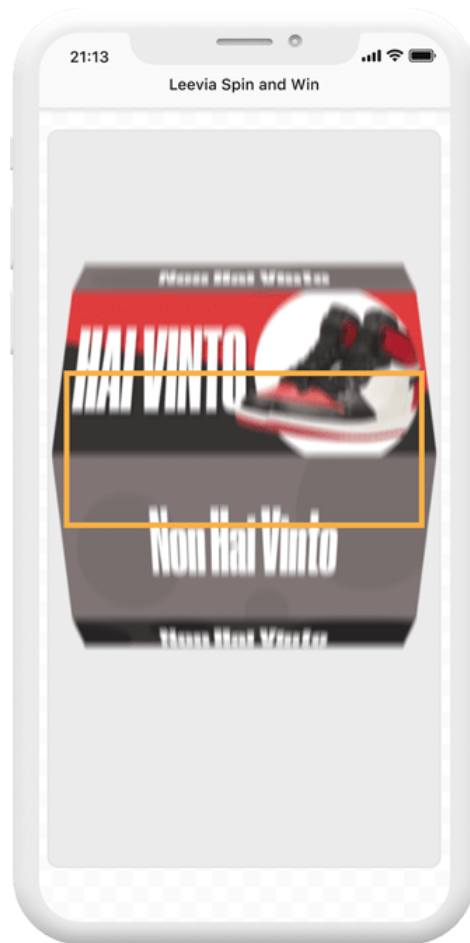
Autorizzo al trattamento dei miei dati per ricevere informazioni promozionali mediante posta, telefono, posta elettronica, sms, mms, effettuare analisi statistiche, sondaggi d'opinione.

Sì  No

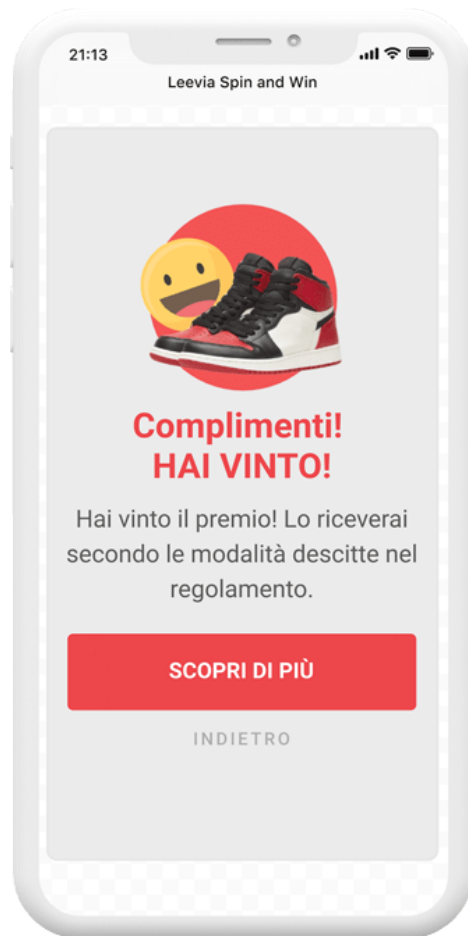
**GIRA E VINCI**

Termina il 31 Dicembre 2019 alle ore 23:59  
Regolamento - Politica sulla privacy

3 - Dopo aver inserito i dati, l'utente potrà "girare" la ruota della fortuna per scoprire se ha vinto:



4 - l'utente **scopre se ha vinto** il premio messo in palio.



Ovviamente, anche nel caso dello **Spin and Win**, sarà necessario seguire la **normativa italiana sui concorsi a premio**, quindi gli adempimenti indicati nel **d.P.R. 430/2001**, nelle **FAQ ministeriali** che periodicamente vanno ad approfondire determinati aspetti del d.P.R. (soprattutto in virtù dei cambiamenti dettati dalla rete) e nel **GDPR**, normativa europea che regola il corretto trattamento dei dati personali degli utenti. Leevia fornisce ai propri clienti una consulenza ad-hoc che garantisce all'adempimento di entrambe le normative vigenti.

## **I motivi per lanciare un concorso Spin and Win**

Se dal lato utente abbiamo la possibilità di **interazione con il contenuto**, quindi di vivere un'esperienza con il brand, anche lato azienda abbiamo **diversi benefici**.

Prima di tutto sarà possibile **fare lead generation**, quindi ottenere un database profilato per l'attivazione di campagne future dedicate alla conversione. Inoltre, uno Spin and Win può essere utilizzato per **migliorare la brand awareness**, ovvero la notorietà del marchio, attivare un **processo di fidelizzazione** nei confronti di clienti già acquisiti in precedenza e, in ultimo, per implementare l'engagement e l'organic reach sui canali social aziendali.

Come tutti i prodotti della suite **Leevia**, che ad oggi conta 16 prodotti, anche Spin and Win permette di raggiungere **molteplici obiettivi di marketing** e l'acquisizione di contatti qualificati è certamente tra i più importanti.

Il modulo d'iscrizione, utile proprio a profilare gli iscritti, può essere **personalizzato in base alle esigenze** specifiche ed il tutto è stato creato nel **pieno rispetto della normativa europea** sulla privacy. Alla fine del concorso o dell'operazione a premio sarà possibile ottenere una lista di contatti qualificati da inserire nel proprio database per la pianificazione di successive azioni di re-marketing.

È importante specificare che la pertinenza dei contatti ottenuti dipende anche dalla **tematica del contest** e dalla **tipologia dei premi messi in palio**. Infatti, per attirare solo potenziali consumatori interessati, **il concept del concorso dovrà essere pertinente a quelli che sono i valori, prodotti e / o servizi aziendali**.

## **Come attivare Leevia Spin and Win**

Leevia Spin and Win può essere attivato, personalizzato e **lanciato in totale autonomia** semplicemente dal pannello tramite la piattaforma proprietaria di Leevia.

Infine, per un'esperienza completa del soggetto promotore, anche Leevia Spin and Win vede come caratteristiche le analytics avanzate, una massima personalizzazione, filtri anti-frode, **assegnazione tramite algoritmo certificato** ed embed semplificato per incorporare il concorso all'interno di pagine web.

---

Sito web ufficiale: [www.leevia.com](http://www.leevia.com)

Blog ufficiale: [blog.leevia.com](http://blog.leevia.com)

## **Leevia**

**Leevia** è la prima piattaforma italiana che consente di creare, gestire e monitorare contest online in linea con la normativa italiana sui concorsi a premio e con la legge europea sulla privacy (GDPR). Fornisce servizi ad agenzie di marketing e di comunicazione e grandi brand per raccogliere lead qualificati, coinvolgere la community e creare brand awareness su Instagram, Facebook e Twitter.

Le soluzioni di Leevia sono già state adottate da leader nel mercato italiano come RCS Media Group, Publicis, Puma, Mercedes, Campari, Ketchum, Grana Padano, Pirelli e LG.