

 23 aprile 2015

 0

Deichmann dà l'avvio alla campagna primavera-estate con laki e FAV

[Home](#) » [Creatività e Marketing](#) » [Campagne](#) » Deichmann dà l'avvio alla campagna primavera-estate con laki e FAV

Deichmann, il maggior rivenditore di calzature in Europa, ha avviato la nuova campagna di marketing e comunicazione per la primavera-estate 2015 incentrata sul claim "Voglio, posso". La nuova campagna, basata su situazioni di vita quotidiana, nasce dalla strategia di brand engagement ideata da laki in collaborazione con FAV, per coinvolgere target molto eterogenei e prevede l'utilizzo di diversi mezzi di comunicazione prevalentemente digitali, come video su YouTube, contest su Facebook e banner su web, ma anche la pianificazione su magazine di moda e l'uso di strumenti out of home ad elevata visibilità come impianti di cartellonistica, eventi non convenzionali nelle principali stazioni ferroviarie, pensiline nei pressi dei mezzi di superficie e nella metropolitana di Milano. I primi due video di una campagna che continuerà con altri episodi inaspettati raccontano il desiderio di una moglie di riuscire a sorprendere il marito con un paio di nuovissime scarpe Deichmann in un'insolita situazione e la voglia di una ragazza di sentirsi come una diva, non resistendo alla tentazione di un tuffo in una fontana in pieno centro città. La campagna verrà ripresa anche nelle filiali dove la nuova creatività sarà presente sulle vetrine e nei diversi layout interni ai negozi. In occasione della nuova campagna, il brand lancia anche il concorso "Voglio, posso" sul sito e sulla pagina Facebook. In palio premi di diverso valore nella categorie Premium, Gold e Silver tra cui un weekend a Parigi, un soggiorno all'hotel Danieli di Venezia, cofanetti regalo e shopping voucher.



Condividi questo articolo

