

TESTATA

DATA USCITA

SOGGETTO

www.spotandweb.it

6 feb 2020

Deichmann

<https://www.spotandweb.it/news/825622/maddalena-corvaglia-la-diva-donna-delle-campagne-deichmann.html#gref>

## Maddalena Corvaglia la diva-donna delle campagne Deichmann

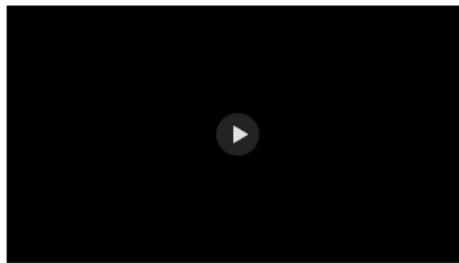
6 Febbraio 2020

116

Share



Comunicare la **Party Collection by Maddalena Corvaglia** e creare engagement attraverso il pieno coinvolgimento del target di riferimento: su questo obiettivo ha lavorato **IAKI** per il lancio della nuova campagna del famoso marchio di calzature **Deichmann** ricreando per l'occasione un'atmosfera colorata e glamour tipica delle feste Anni '80. L'intera campagna è stata supportata da un'azione social da parte di cinque fashion influencer che nella fase di teasing hanno coinvolto i followers lanciando il concorso *Follow the Party*, generando l'awareness del prodotto e raggiungendo **oltre 120 mila persone**.



Dopo il successo di *Strong like me*, che ha fatto registrare un incremento del 155% di nuovi followers su Instagram, IAKI ha ideato una strategia multicanale per il lancio della nuova campagna di Deichmann, Party Collection by Maddalena Corvaglia. La customer engagement agency ha analizzato i trend attuali delle campagne di moda, ha coinvolto un fotografo affermato, Alan Gelati, e cinque fashion influencer raggiungendo 30 mila visualizzazioni sul profilo Instagram e più di 17 mila interazioni su Facebook.

Lo shooting fotografico ha visto il coinvolgimento di un fotografo di fama internazionale, **Alan Gelati**, che vanta nel suo portfolio collaborazioni con L'Oreal, Givenchy, Blumarine, Chopard e che ha fotografato personaggi del calibro di Cate Blanchett e Nicole Kidman, oltre ad aver immortalato molte stelle del cinema per le copertine delle riviste di moda più autorevoli (Vogue, Harper's Bazaar, Esquire, Vanity Fair) e per campagne di sensibilizzazione come per esempio *Fishlove* del 2018 in cui Sean Penn e altri divi hanno posato nudi sorreggendo dei pesci per abbracciare una causa molto importante, l'abuso della pesca, e mobilitare l'Unione Europea ad abbandonare completamente l'*overfishing* entro il 2020.



*"Maddalena Corvaglia rappresenta la donna della porta accanto, che ha fatto carriera, una donna forte nel carattere, ma che vive una vita comune a quella di tante donne: il lavoro, i figli, gli svaghi con gli amici. - ci ha raccontato Alan Gelati - E questo concetto di vicinanza e riconoscimento l'ho evidenziato con una fotografia diretta, niente effetti, luce diretta che evidenzia la naturalezza della donna. La scarpa diventa un tutt'uno con il personaggio che la rappresenta, la indossa e la fa diventare una parte di sé".*

*"Il primo passo nella costruzione della strategia per Deichmann è stato analizzare le tendenze del momento. Abbiamo così individuato un ritorno alle atmosfere retrò che abbiamo ricreato attraverso l'utilizzo di una serie di elementi, tendine colorate e fili di luci, tipici del party Anni '80".*

– ha dichiarato **Filippo Fiocchi, Direttore creativo di IAKI**.

Una strategia multicanale che in soli due mesi, novembre e dicembre, ha ottenuto ottimi risultati sui canali social – oltre 3 mila nuovi followers sul profilo Instagram, 30 mila visualizzazioni della pagina e più di 17 mila interazioni su Facebook – e sul mini sito che ha ricevuto 6.800 visite da quasi sei mila persone differenti. Un ulteriore successo dopo quello della prima campagna, *Strong like me*, veicolata da marzo a maggio con grande coinvolgimento del pubblico: oltre 12 mila nuovi followers su Instagram e il 100% in più di engagement generato sul profilo Facebook.

*"IAKI ha saputo ancora una volta, dopo il successo per la campagna Strong Like Me, ideare un concept creativo valido che pone la nostra azienda in una posizione di assoluta coerenza con il resto del mercato".* – ha dichiarato **Paola Bianchi Bosio, Head of Marketing di Deichmann**.