

10/05/2021 12:17


Mercato

Wacko's insieme a IAKI e Cimiciurri per parlare alla Gen Z con una nuova social media strategy

Da un lato i canali owned del brand Instagram e TikTok veicolano la comunicazione di prodotto nelle sue qualità e caratteristiche seguendo i trend più rilevanti, dall'altro la comunicazione entertainment viene affidata a canali terzi e a mondi affini al pubblico Gen Z: le migliori piattaforme di social community e la TikTok House più grande d'Italia. La Stardust House è infatti il player scelto per comunicare il Brand attraverso la voce degli influencer TikTok, portando in modo nativo gli snack all'interno della quotidianità della casa, tra balletti, divertimento e svago

Wacko's, brand di snack del gruppo **San Carlo** dedicato ai teenager, affida a **IAKI e Cimiciurri** la propria social media strategy, con l'obiettivo di massimizzare la propria visibilità e consideration sul target Gen Z.

La nuova strategia vivrà sui canali proprietari Wacko's Instagram e TikTok, sulle migliori piattaforme italiane di social community e nella TikTok House più grande d'Italia, la Stardust House, attraverso i contenuti dei TikToker più seguiti.

Wacko's è un prodotto nativamente giovane, per le referenze di gusto e per l'animo irriverente che ha sempre caratterizzato identity e comunicazione. Per il consolidamento di questo posizionamento su un pubblico particolare come la Gen Z, la nuova social media strategy di Wacko's parlerà in modo spontaneo con i trend, linguaggi e trattamenti grafici specifici dei diversi canali.

Da un lato i canali owned del brand Instagram e TikTok veicolano la comunicazione di prodotto nelle sue qualità e caratteristiche seguendo i trend più rilevanti, dall'altro la comunicazione entertainment viene affidata a canali terzi e a mondi affini al pubblico Gen Z: le migliori piattaforme di social community e la TikTok House più grande d'Italia. La Stardust House è infatti il player scelto per comunicare Wacko's attraverso la voce degli influencer TikTok, portando in modo nativo gli snack all'interno della quotidianità della casa, tra balletti, divertimento e svago.

Una social media strategy che include anche un'efficace ottimizzazione media, per raggiungere il pubblico Gen Z contestualmente alla sua dieta mediatica.

Comunicare il nuovo Wackos passa quindi per un approccio diversificato dei canali owned e dei partner terzi, mirato a mostrare le qualità dei prodotti sia nell'occasione di consumo, sia nel suo senso più intrinseco, con una innovativa comunicazione sostanziale rivolta al pubblico della Gen Z.

Credits IAKI e Cimiciurri

Diego De Lorenzis: Client Director

Filippo Focchi: Direttore Creativo

Marta Monteleone: Head of Social Media

Simone Muletti: Head of Media Planning

Alberto Iudica: Creative Strategy Manager

Francesco Minerva: Senior Account Manager

Giorgia Cestariolo: Account

Alessandro Abeni: Senior Social Media Manager

Claudia Tavalli: Art Director

TESTATA	DATA USCITA	SOGGETTO
www.advexpress.it	10 mag 2021	Wacko's



MERCATO 

10/05/2021 12:17

Wacko's insieme a IAKI
e Cimiciurri per parlare
alla Gen Z con una
nuova social media
strategy