

CHATEAU D'AX PUNTA SULLO SVILUPPO DELLA RETE RETAIL. CAMPAGNA PUBBLICITARIA A SUPPORTO. BUDGET 2021 IN CRESCITA

Il programma di nuove aperture mette a disposizione dei nuovi dealer una serie di strumenti per coordinare e sviluppare un piano di marketing e comunicazione. La campagna è firmata da Iaki e pianificata da Flag Media



Nell'ambito del progetto di **riposizionamento del brand** che vede tra le principali attività il consolidamento della presenza in Italia e in Europa, Chateau d'Ax offre il proprio **supporto agli imprenditori che vogliono aprire un negozio del brand di arredamento made in Italy**.

Il supporto offerto dall'azienda ai propri partner è ampio e si sviluppa su più direttrici. In primis Chateau d'Ax mette a disposizione un **team di professionisti per coordinare e sviluppare un piano di marketing e comunicazione** appropriato in base al mercato specifico e alle esigenze dei rivenditori. L'azienda supporta gli imprenditori con **materiale e singole attività personalizzate**, come ad esempio l'attività di lancio di un nuovo punto vendita. Inoltre, **coadiuva le attività commerciali dei dealer** dedicando loro esperti per supportare la scelta dei prodotti, il lay out del punto vendita e in ogni necessità che possono avere nel quotidiano.

Leggi anche: [CHATEAU D'AX RACCONTA IL "TOTAL LIVING" NELLA NUOVA CAMPAGNA TV. BUDGET DI OLTRE 1,5 MILIONI DI EURO](#)

Infine, l'azienda realizza **strumenti di comunicazione** (dai video alle foto di prodotto, dalle brochure ai depliant, al materiale punto vendita) **per personalizzare le campagne locali**.

"Abbiamo deciso di lanciare adesso l'operazione New Dealer in funzione dei dati di mercato che monitoriamo costantemente", afferma l'amministratore delegato **Maurizio Pietro Motta**. "Questi ci dicono che il nostro settore è in crescita e in controtendenza rispetto ad altri comparti del retail. In più è il momento in cui approfittare di costi bassi per l'affitto degli spazi".



Maurizio Pietro Motta

A sostegno del programma di affiliazione è prevista una **planificazione pubblicitaria sui due principali quotidiani nazionali e sui più diffusi a livello locale**, con un soggetto chiaro che rispecchia quello dell'impostazione dell'azienda con i propri partner.

La strategia di comunicazione dell'azienda non si ferma a queste iniziative: Chateau d'Ax realizza un **piano di comunicazione pubblicitaria a 360°**, con una **campagna stampa istituzionale sulle riviste del settore, radio e tv, iniziative speciali come il concorso Bugno** e il **supporto continuativo sui canali digitali**, per un **investimento di alcuni milioni di euro l'anno**.

"Gli investimenti in comunicazione sono previsti nel corso di tutto l'anno, come ad esempio le attività digital, le campagne radiofoniche a supporto delle attività commerciali per favorire la visita nei negozi, la campagna stampa istituzionale su testate di categoria da maggio a novembre con focus sul Salone del Mobile di settembre e per finire un secondo flight televisivo, dopo quello di gennaio, nell'ultimo quadrimestre", spiega a Engage Maurizio Pietro Motta.

Per quanto riguarda l'investimento, "per la campagna di apertura dei nuovi store sono a disposizione un centinaio di migliaia di euro, mentre **il budget di comunicazione 2021 è di alcuni milioni di euro, in crescita rispetto agli anni precedenti. Il peso del digital è di circa il 30%**".

La **planificazione di Chateau d'Ax è a cura di Flag Media** mentre la **creatività è di Iaki**, che firma anche la campagna dealer, grazie a un incarico ricevuto a ottobre 2020.

"Abbiamo scelto le aree in cui investire svolgendo un'analisi sulle presenze dei nostri negozi, sulle richieste e sulle potenzialità del mercato; questo rappresenta già un vantaggio competitivo che offriamo ai nostri partner", conclude Maurizio Pietro Motta. "Anche il sito web è stato declinato per sviluppare un e-commerce store friendly, anche per i clienti che vogliono acquistare online i prodotti Chateau d'Ax".