

IAKI

AGENZIA OMNI-CHANNEL NETWORK CLIENTI CASE STUDY BLOG CONTATTI

"FINALMENTE A CASA":  
ON AIR  
IL NUOVO SPOT DI  
CHATEAU D'AX  
→ SCOPRI LA CASE

**Generation Driven**

Il multi-generation marketing come driver strategico e creativo, l'omnicanalità come visione: in IAKI analizziamo le singole generazioni e distilliamo gli insight più rilevanti per costruire progetti omnichannel di valore

→ L'AGENZIA

08/7/2021 in **DIGITAL**

## IAKI DIVENTA IAKI GROUP PER UN APPROCCIO GENERATION DRIVEN

IAKI diventa IAKI Group, la nuova tappa di un processo iniziato con la costituzione di Cimiciurri, la prima agenzia caratterizzata dal target a cui si rivolge: le next generation. Questa filosofia adesso viene adottata anche da IAKI che diventa così la prima e unica generation driven agency italiana con creatività e touchpoint strutturati per essere...

# IAKI DIVENTA IAKI GROUP PER UN APPROCCIO GENERATION DRIVEN

Nuovo posizionamento, nuovo logo e nuovo sito web

8/7/2021



IAKI diventa **IAKI Group**, la nuova tappa di un processo iniziato con la costituzione di **Cimiciurri**, la prima agenzia caratterizzata dal target a cui si rivolge: le next generation. Questa filosofia adesso viene adottata anche da IAKI che diventa così la prima e unica generation driven agency italiana con creatività e touchpoint strutturati per essere efficaci per i differenti pubblici. Quindi, sono stati definiti i nuovi posizionamento, logo e sito web.

«Abbiamo deciso di adottare in comunicazione la visione multi-generation che si usa nel marketing e in sociologia, perché crediamo che sia la soluzione per rendere i nostri progetti ancora più efficaci e rilevanti per il pubblico – afferma **Sandro Marchetti**, Amministratore Delegato di IAKI Group -. L'approccio generation driven va oltre il concetto di target di età, prende in considerazione variabili culturali, sociologiche, l'utilizzo dei touchpoint e delle tecnologie più efficaci, per ottenere un impatto sui destinatari della comunicazione. È una decisione che nasce dall'esperienza che ci ha dimostrato che una stessa campagna va realizzata in modo differente per le differenti generazioni alle quali si vuole rivolgere».

«Abbiamo già avuto nel recente passato attività per le quali la costruzione di una strategia di comunicazione generation driven ci ha permesso di ottenere risultati eclatanti proprio per quelle marche che si rivolgono a generazioni differenti e che vogliono essere rilevanti per ciascuna di esse – continua **Marchetti** -. Ad esempio per il lancio di **Maxibon Cereal Mix**, **Nostromo**, **Chateau d'Ax** e tanti altri. In ogni situazione abbiamo ottenuto risultati in termini di engagement e click migliori delle campagne precedenti».



**Piccolo spazio,  
pubblicità...**





## Generation Driven

Il **multi-generation marketing** come driver strategico e creativo, l'omnicanalità come visione: in IAKI analizziamo le singole generazioni e distilliamo gli insight più rilevanti per costruire progetti omnichannel di valore

→ L'AGENZIA

IAKI Group nasce dall'ampliamento della strategia che ha portato alla costituzione di Cimiciurri, l'agenzia creativa dedicata alle nuove generazioni, portando l'approccio da generazionale a multigenerazionale, con l'obiettivo di strutturare campagne in grado di comunicare efficacemente a tutte, dalla Gen-Z ai Baby Boomer. In questo processo di cambiamento, si amplia anche la portata del Next Gen Lab, l'osservatorio permanente che diventa crossgenerazionale. Una scelta strategica che nasce dalla sperimentazione sul campo che ha già portato un aumento del fatturato di oltre il 70% nei primi 6 mesi del 2021 rispetto allo stesso periodo del 2020.

«Il Next Gen Lab rappresenta uno strumento esclusivo quali-quantitativo di analisi, attraverso cui è possibile conoscere le abitudini e le aspettative delle singole generazioni. Grazie alle informazioni raccolte IAKI Group è in grado di selezionare i touchpoint più adatti e sviluppare una creatività impattante e rilevante per le singole generazioni – racconta Nicoletta Caluzzi, Presidente di IAKI Group -. Il nostro approccio creativo non segue le mode, non applica i trend delle nuove generazioni a tutte le altre, ma propone i messaggi più efficaci per gli obiettivi del brand, costruire campagne che generano reazioni e trasformano ogni occasione di contatto in un'azione concreta».

Cimiciurri

Iaki

IAKI Group

Nicoletta Caluzzi

Sandro Marchetti