

Adv Wopta Assicurazioni con IAKI è in affissione con geolocalizzazione mirata, social ed eventi

Ironia e leggerezza per la strategia omnichannel che vuole avvicinare gli artigiani al nuovo prodotto

La strategia omnichannel di Wopta ideata da IAKI per il lancio del nuovo prodotto assicurativo dedicato ad artigiani, installatori e impiantisti è caratterizzata da un trattamento estetico di impatto, diretto e un tono di voce ironico: un mood volto a distinguersi dalla comunicazione del panorama assicurativo e che si lega molto bene con gli obiettivi di reale vicinanza del brand al suo pubblico. Lo stesso mood estetico e verbale è stato usato da IAKI per ampliare la campagna alle affissioni, adottate per perseguire la geolocalizzazione mirata a supporto della collaborazione di CNA (Confederazione Nazionale dell'Artigianato e della Piccola e Media Impre-

sa), con la quale Wopta ha sviluppato il nuovo prodotto. Le prime affissioni outdoor sono in cinque città: Varese, Como, Bergamo, Monza e Lecco. Il nuovo assetto della campagna omnichannel vede la comunicazione sui canali social, Facebook e Instagram, e le affissioni mirate affiancate dall'organizzazione di eventi in occasioni specifiche. La nuova campagna omnichannel è in continuità con la strategia creata da IAKI e già attuata in occasione del Natale 2022, con il progetto "Il Natale degli alberi" promosso dal Comune di Milano, per il quale IAKI ha realizzato un'installazione scenografica in Corso Vittorio Emanuele e una campagna social nel contesto dell'operazione omnichannel. Il progetto è anche stato premiato all'Insurance Communication Grand Prix, aggiudicandosi un riconoscimento nella categoria Experiential Marketing.



Credits

Creative Director: Valerio Lualdi
Account Supervisor: Nicoletta Caluzzi
Senior Art Director: Mariella Binda
Social Media Manager: Cecilia Lupano, Giulia Blasi
Project Management: Daniela Caluzzi, Ginevra Compiano

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.



161523