

CON UNA CAMPAGNA OMNICHANNEL

WOPTA LANCIA CON IAKI IL NUOVO PRODOTTO PER ARTIGIANI, INSTALLATORI E IMPIANTISTI



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 Impresa), con la quale **Wopta** ha sviluppato il nuovo prodotto. Le prime affissioni outdoor sono in 5 città: Varese, Como, Bergamo, Monza e Lecco. Il nuovo assetto della campagna

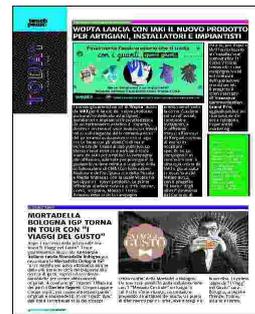
omnichannel vede la comunicazione sui canali social, Facebook e Instagram, e le affissioni mirate affiancate dall'organizzazione di eventi in occasioni specifiche. La campagna è in continuità con la strategia creata da **IAKI** e già attuata in occasione del Natale 2022, con il progetto "Il Natale degli 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 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