

CAMPAGNE

laki ed Eletto Prodotto dell'Anno: prosegue la partnership strategica per presentare i brand premiati

Lo scorso anno laki, parte del gruppo We Are Family, ha avviato una partnership strategica con Eletto Prodotto dell'Anno, premio al prodotto migliore in ciascuna categoria merceologica basato sul voto di oltre 12mila con-

sumatori secondo i criteri di innovazione e soddisfazione. All'agenzia è stata affidata della strategia social e della creatività delle campagne del premio. Dal 19 marzo è infatti on air la nuova campagna che sosterrà i risultati già rag-

giunti grazie alle attività social. I prodotti premiati dai consumatori sono i protagonisti delle creatività trasmesse in led-wall strategici a Milano, da Piazza XXV Aprile alla Darsena. Eletto Prodotto dell'Anno è raccontato at-

traverso un concept, che colloca i prodotti vincitori nel loro habitat naturale tramite un impiego strategico dell'AI guidata da prompt creativi ad hoc. Nel corso della serata di premiazione laki ha presentato in anteprima Sparklink, servizio esclusivo di monitoraggio e creatività ideato e creato dall'agenzia che permette di costruire azioni di comunicazione coerenti con gli insight rilevati e gli obiettivi dell'azienda.



129103

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.