

Sezioni

- Agenda
- Associazioni
- Beyond
- CSR
- Educational
- Eventi
- Gare
- Internet
- Marketing
- Media
- Inchieste
- TLC
- Off the records
- Persone
- Premi
- Pubblicità
- Rassegna Stampa
- Worldwide

NEWS

SCEGLI LA TUA AGENZIA

AD

[Home](#) > [Media](#)

Brand Engagement firmato IAKI per Amadeus Italia

6/4/2012

Dopo averne sviluppato la strategia di social media marketing, l'agenzia oggi supporta l'azienda anche offline, con una **campagna** di brand awareness, a breve on air, e di ambient communication, ripensando il concept dello stand presso la Fiera.

Amadeus Italia, specializzata nel Travel IT Consulting&Solutions, rinnova l'attività con **IAKI** anche in occasione della **Borsa Mediterranea del Turismo**. Dopo averne sviluppato la strategia di social media marketing, l'agenzia oggi supporta l'azienda anche offline, con una **campagna** di brand awareness, a breve on air, e di ambient communication, ripensando il concept dello stand presso la Fiera.



"Amadeus ci ha chiesto di personalizzare lo stand creato per la BMT presso la Fiera di Napoli focalizzando l'attenzione sull'heritage del brand e sui 3 prodotti di punta. Con l'obiettivo di incrementarne la brand awareness presso gli operatori e i buyer di settore" ha dichiarato **Franco Lualdi**, general manager IAKI. "Siamo partiti analizzando i prodotti e le relazioni tra brand e i pubblici di riferimento. Amadeus si rivolge anche ad aziende medie e piccole proponendo soluzioni altamente tecnologiche e tailor made. Da qui è nato il claim "Insieme è meglio. Così hai tempo anche per un caffè" che ha abbracciato totalmente l'anima del brand e la vicinanza al cliente. In grande coerenza con il concetto di intimacy che caratterizza il rapporto tra Amadeus e i propri clienti, abbiamo reso unica l'esperienza di fruizione dei prodotti Amadeus attraverso la messa in scena del brand come fosse una rappresentazione teatrale per coinvolgere gli ospiti della fiera a livello personale, intimo."

Napoli oltre ad essere una tappa importante per gli operatori del turismo internazionale, è anche la patria del caffè. La preparazione, la cura e l'attenzione legati alla "bevanda degli dèi" è esattamente la stessa che Amadeus ripone nella sua mission. Così IAKI ha disegnato uno stand al sapore di caffè che rapisse i passanti e li facesse arrestare "sognanti". L'agenzia ha pensato a questo concept creativo al fine di rendere unica, empatica l'esperienza di fruizione dei prodotti Amadeus.

Oltre allo stand, mezzo per comunicare la strategia di Amadeus, IAKI ha creato una serie di **banner** sul sito web del brand, **pagine stampa** su riviste di settore e un **mailing** dedicato che invitava il pubblico a provare i prodotti Amadeus e a prendere un caffè con i suoi consulenti. IAKI ha valorizzato i punti di forza del brand in ogni contesto, in una visione unitaria dei valori di marca e di prodotto.