

## IAKI porta Askoll in tredici piazze italiane per accrescerne la brand awareness e stimolare il word-of-mouth

2/9/2015

Una strategia di brand engagement per la società a supporto del lancio non solo di biciclette, ma anche di scooter 100% elettrici. Un'ideazione a 360 gradi: dall'idea creativa, alla grafica dei materiali BTL, alla gestione dei permessi pubblici, alla ricerca dei percorsi, al contatto con il personale, fino al presidio full time in tutte le piazze.



Sono 100% elettrici e made in Italy le biciclette e gli scooter **Askoll**. Un mezzo comodo, veloce, e intelligente per godere di un tour culturale nelle principali città italiane.

“Muovere il corpo, così come muovere la mente per stare in equilibrio sul mondo delle due ruote”, è il **concept creativo** ideato da **IAKI** alla base della strategia di brand engagement e della “demo ride culturale”.

Un'**ideazione a 360 gradi**: dall'idea creativa, alla grafica dei materiali BTL, alla gestione dei permessi pubblici, alla ricerca dei percorsi, al contatto con il personale, fino al presidio full time in tutte le piazze.

IAKI ha messo in piedi un **percorso turistico e culturale gratuito** in **tredici piazze italiane**. Un gazebo posizionato in punti strategici delle città è il luogo presso il quale ottenere informazioni, supporto, e dove poter confrontare una bicicletta normale con una bicicletta Askoll, tramite un simulatore. Una volta scelta la bicicletta o lo scooter il tour ha inizio: 15 minuti con la guida di un cicerone a capo di mini gruppi in movimento.

L'attività è supportata anche da **mappe cartacee** sulle quali, oltre al percorso da intraprendere, ad ogni tappa è segnalata una chicca culturale, uno scorcio non conosciuto, un luogo non comune della città di riferimento.

Non convenzionalità e funzionalità i pillar dell'attività la quale ha prodotto un alto livello di engagement in ognuna delle tredici piazze italiane. Un evento, quello di Askoll, in perfetta aderenza con gli **obiettivi** del **brief**. Inoltre grazie alle modalità del tour (l'aspetto culturale) e dei prodotti (i mezzi 100% elettrici) IAKI ha ottenuto il **Patrocinio** delle amministrazioni comunali delle città coinvolte.

I **risultati**: una partecipazione attiva da parte del pubblico tradotta sia in termini di awareness che di new business per il brand e per i rivenditori coinvolti, situati nelle diverse piazze di riferimento.

MF