

4 settembre 2015

Torna indietro

News / Agenzie e fornitori

laki lancia bici e scooter elettrici Askoll con un tour di brand engagement in 13 città



Un punto informazioni, un simulatore per il confronto di prodotto, un parco bici e moto al 100% elettrici e una serie di percorsi con tappe di interesse artistico e culturale integrati da mappe e da un "cicerone" per guidare il pubblico partecipante. Questi gli ingredienti della campagna di brand engagement messa a punto da laki per Askoll, società produttrice dei veicoli, con l'obiettivo non solo di lanciarli sul mercato, ma anche di avvicinare attivamente il grande pubblico alla marca attraverso un "demo tour culturale".

Il progetto si è sviluppato da aprile a luglio nelle piazze di 13 città (da Bergamo fino a Catania passando per Padova, Mantova, Ivrea, Lucca, Firenze e Roma), e laki ne ha curato l'idea creativa, la grafica dei materiali BTL, al gestione dei permessi pubblici, la ricerca dei percorsi, il contatto con il personale, e il presidio full time in tutte le piazze, creando in ogni città un vero e proprio percorso turistico gratuito, in alcuni casi patrocinato dal Comune di riferimento.

Al centro dell'iniziativa il gazebo Askoll, punto ove ottenere informazioni, supporto, vedere le bici e gli scooter elettrici e, anche, confrontare una bicicletta normale con una bicicletta Askoll grazie a un simulatore. Una volta scelta la bicicletta o lo scooter il tour aveva inizio: 15 minuti in sella con la guida di un cicerone con interphono sotto il casco a capo di mini gruppi in movimento. L'attività è stata supportata anche da mappe cartacee sulle quali, oltre al percorso da intraprendere, si segnalava per ogni tappa una chicca culturale, uno scorcio non conosciuto, un luogo non comune della città di riferimento.

Il progetto, che ha unito la funzionalità – attraverso la demo di prodotto – alla non convenzionalità, ha raggiunto gli obiettivi del cliente: la 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 piazze delle diverse città.