

Sensi di malessere, ricerca della felicità? Con IAKI capisci il problema, con Relief trovi la soluzione



Il primo passo del lavoro di IAKI è stata la creazione del posizionamento e dell'identity di Relief, il primo pronto soccorso psicologico. Si tratta di una realtà assolutamente nuova sul mercato nata con l'intento di creare un modello di sollievo rapido nel tessuto urbano: il primo centro si trova in metropolitana, alla fermata Isola a Milano.

La tecnica usata da Relief porta allo switch emotivo, ossia alla trasformazione di un sentimento negativo, come per esempio la rabbia, in emozioni positive. I cittadini possono recarsi al pronto soccorso psicologico territoriale, situato presso la fermata della Metro 5 Isola a Milano, e beneficiare di una seduta della durata di trenta minuti con un'equipe medica specializzata che utilizza tecniche e tecnologie innovative.

Il modello Relief è anche a disposizione delle aziende che vogliono ottimizzare l'ambiente lavorativo attraverso il rasserenamento delle persone che lo popolano e la prevenzione dei momenti di crisi emotiva individuale che si riflettono nelle relazioni interpersonali e in variabili fondamentali quali efficacia, efficienza, puntualità, motivazione, concentrazione. Ogni azienda può scegliere tra diverse formule di welfare e CSR, costruendo un progetto customizzato sulle proprie esigenze: interventi regolari in azienda per migliorare il clima indoor, oppure giornate dedicate nella sede Relief, disponibilità di un team dedicato per lavorare anche sull'immagine pubblica e la responsabilità sociale.

IAKI ha costruito una omnichannel strategy di comunicazione che comprende l'onfield (produzione di segnaletica per la metropolitana, allestimento spazi esterni del punto territoriale, produzione di materiali cartacei da distribuire onfield), la creazione dei contenuti per i social e del sito web, i materiali di comunicazione per il primo pronto soccorso psicologico oltre a quelli dedicati in modo specifico ai referenti di aziende interessate a un progetto di benessere psicologico per il proprio personale o i partner.

Per la costruzione della strategia l'agenzia ha individuato e utilizzato degli esempi pratici di stati d'animo negativi per suscitare la curiosità del pubblico in un momento problematico della propria vita e ottenere un interesse immediato finalizzato alla prova del servizio. "La tua relazione sentimentale si è interrotta? Hai il timore di perdere il lavoro? Hai avuto un lutto recente?" sono alcuni dei messaggi pensati da IAKI per innescare la curiosità sui canali social di Relief. Oltre ai messaggi, la strategia prevede anche delle pillole in cui si cerca di dare una spiegazione a diverse problematiche che possono affliggere i vari pubblici e in cui possono identificarsi.

"Relief aveva la necessità di far emergere verso il pubblico i benefit che la differenziano e la sua unicità nel panorama dei competitor e delle soluzioni più tradizionali legate al 'mental well being", ha commentato Filippo Focchi, Direttore Creativo di IAKI. "Abbiamo quindi individuato diverse tipologie di malessere e i cluster più rilevanti per costruire messaggi diretti in modo che che le persone possano riconoscersi a colpo d'occhio e affidarsi a Relief".

Credits

Agenzia creativa: IAKI srl
 Account Manager: Daniela Caluzzi
 Creative Director: Filippo Focchi
 Senior Art Director: Nicole Cerrone
 Senior Copywriter: Valerio Lualdi



Sensi di malessere, ricerca della felicità? Con IAKI capisci il problema,...

12/04/2021

■ COMUNICAZIONE