



NEL MERCATO DELL'ARREDAMENTO

CHATEAU D'AX OFFRE UN'OCCASIONE DI BUSINESS

A supporto dei futuri retailer una nuova campagna adv a 360° firmata da IAKI con un importante investimento

IL BRAND OFFRE UN'OCCASIONE DI BUSINESS NEL MERCATO DELL'ARREDAMENTO

CHATEAU D'AX: AL VIA LA NUOVA CAMPAGNA DI APERTURA DI NUOVI STORE. FIRMA IAKI

Nell'ambito del progetto di riposizionamento del brand che vede tra le principali attività il consolidamento della presenza in Italia e in Europa, **Chateau d'Ax** offre il proprio supporto a imprenditori intraprendenti per aprire un negozio del famoso brand di arredamento made in Italy. Il supporto offerto dall'azienda ai propri partner si sviluppa su più direttrici: in primis **Chateau d'Ax** mette a disposizione un team di professionisti per coordinare e sviluppare un piano di marketing e comunicazione appropriato in base al mercato specifico e alle esigenze dei rivenditori con materiale e singole attività personalizzate, come ad esempio l'attività di lancio di un nuovo punto vendita; inoltre coadiuva le attività commerciali dei dealer dedicando loro esperti per supportare la scelta dei prodotti, il lay out del punto vendita e in ogni necessità che possono avere nel quotidiano. Inoltre, **Chateau d'Ax** realizza un piano di comunicazione pubblicitaria a 360°, con una campagna stampa istituzionale sulle riviste del settore, radio e Tv, iniziative speciali come il concorso Bugno e il supporto continuativo sui canali digitali, per un investimento di alcuni milioni di euro l'anno. Infine, l'azienda

realizza strumenti di comunicazione (dai video alle foto di prodotto, dalle brochure ai depliant, al materiale punto vendita) che personalizza per le campagne locali. La creatività è firmata da **IAKI**. «Lanciamo adesso l'operazione New Dealer in funzione dei dati di mercato che monitoriamo costantemente - afferma l'Amministratore Delegato **Maurizio Pietro Motta** -: questi ci dicono che il nostro settore è in crescita e in controtendenza rispetto ad altri comparti del retail. In più è il momento in cui approfittare di costi bassi per l'affitto degli spazi». A sostegno del programma di affiliazione è prevista una pianificazione pubblicitaria sui due principali quotidiani nazionali e sui più diffusi a livello locale, con un soggetto che rispecchia quello dell'impostazione dell'azienda con i propri partner. «Abbiamo scelto le aree in cui investire svolgendo un'analisi sulle presenze dei nostri negozi, sulle richieste e sulle potenzialità del mercato; questo rappresenta già un vantaggio competitivo che offriamo ai nostri partner - conclude Motta -. Anche il sito web è stato declinato per sviluppare un e-commerce store friendly, proprio per incentivare i nostri clienti ad acquistare nei nostri punti vendita».

