

KitchenAid sceglie la sinergia OOH+Mobile Advertising per il drive to store grazie alle soluzioni OOH di IGPDecaux e Street to Store di Locala

Milano, 2 febbraio – KitchenAid, i cui piccoli elettrodomestici rappresentano il connubio perfetto tra prestazioni professionali, qualità e design iconico, si è affidata alla soluzione composta da **Street to Store di Locala** in sinergia con l'adv **OOH di IGPDecaux**: una fusione tra digitale e comunicazione esterna il cui effetto finale si è dimostrato maggiore della somma delle singole parti.

La campagna **OOH+Mobile**, on-air a Milano dal 7 al 20 novembre 2022 è stata costruita ad hoc sulla base delle specifiche esigenze di **KitchenAid** ed ha avuto come obiettivo principale quello di proseguire e approfondire il dialogo con il target mostrando dettagli sulla promo in vigore. L'erogazione dei banner in app ha coinvolto in modo mirato gli utenti di fascia d'età 35-60, alto spendenti, amanti del design e della cucina, che avevano ricercato online KitchenAid o brand competitor e che avevano visitato nell'ultimo mese uno degli store nei quali i prodotti sono distribuiti.

Grazie ad **AdSquare Planner**, IGPDecaux ha costruito un **network OOH custom da 200 spazi**, posizionati nelle aree frequentate dal target e in prossimità dei punti vendita scelti. La targetizzazione ha quindi coinvolto entrambi i media garantendo una massimizzazione dell'investimento pubblicitario.

Nel complesso sono state erogate oltre **750.000 impressions** agli utenti che transitavano in prossimità dalle location OOH o che si trovavano in prossimità degli store. Cliccando sul banner, l'utente scopriva ulteriori dettagli in merito alla promo che, grazie all'acquisto di un piccolo elettrodomestico KitchenAid, permetteva di recuperare parte della spesa per vivere esperienze. A questo vanno aggiunti i **33 mln di contatti** portati dalla campagna OOH e una Reach sui residenti di Milano pari al **94%**.

I risultati della campagna sono stati importanti, si è registrato un tasso di visita dello 0,5% sugli utenti esposti al solo mezzo mobile, dello 0,7% sugli utenti esposti al solo OOH e una percentuale che cresce a **6,3%** analizzando le visite di utenti esposti ad entrambi i mezzi. La campagna in sinergia ha dunque performato in maniera ottimale, generando **9x** il risultato di visite che si sarebbe ottenuto pianificando solo l'OOH e **12x** quello ottenuto solo con il media mobile.

Va evidenziato infine che gli spazi OOH con la più alta richiesta di impressions sono stati anche quelli che, in fase di pianificazione, avevano mostrato un indice di affinità al target elevato, a dimostrazione dell'efficacia delle analisi fatte preventivamente.

Commenta **Giovanna Flore, Marketing Manager KitchenAid SDA**: *“In un periodo dell'anno particolarmente competitivo, abbiamo scelto di amplificare la visibilità della nostra prima operazione a premio avvalendoci dell'integrazione di assets OOH e mobile offerti da IGPDecaux e Locala, con i quali abbiamo ottenuto interessanti risultati in termini di visibilità e di traffico generato sia online che offline”*.

IGPDecaux

Michele Casali, Marketing & Data Director **IGPDecaux**: *“In un contesto sempre più complesso dove emergere e avere l’attenzione delle persone è un elemento chiave per i progetti di comunicazione, attraverso informazioni oggettive e data-driven come quelle sopra esposte, IGPDecaux e Locala dimostrano che la multimedialità OOH+Mobile è una leva vincente per massimizzare l’efficacia delle campagne”.*

Benvenuto Alfieri, Country Manager di **Locala Italia** afferma *“Aver generato risultati tangibili per KitchenAid, insieme a IGPDecaux, è fondamentale per noi. Siamo felici di come la collaborazione con IGPDecaux continui a portare innovazione sul mercato italiano ed internazionale, in ambito di OOH+Mobile”.*

IGPDecaux

IGPDecaux è leader in Italia per la comunicazione esterna. Trasporti di Superficie, Aeroporti, Metropolitane, Arredo Urbano e Affissioni sono i media a cui applichiamo le nostre soluzioni di comunicazione Out of Home e Digital Out of Home avendo sempre cura che queste si integrino armoniosamente nel contesto urbano per rendere le città più accoglienti, piacevoli, confortevoli. L’obiettivo è realizzare comunicazioni sempre più personalizzate sulle esigenze dei clienti, utili ai cittadini, dal design piacevole e al contempo attente all’ambiente.

Contatti: Tel. 02 654651 - comunicazione@igpdecaux.it