

Institut Esthederm sceglie la sinergia OOH+Mobile advertising per il Drive to Store grazie alle soluzioni di IGPDecaux e di Locala

Milano, 6 Settembre – Institut Esthederm, i cui trattamenti cosmetici professionali hanno come principale obiettivo quello di preservare la giovinezza della pelle, si è affidata alla soluzione composta dall'advertising Out Of Home di IGPDecaux in sinergia con Street to Store di Locala per lanciare l'Innovazione Age-Proteom: un mix tra comunicazione esterna e digitale il cui risultato finale si è dimostrato ampiamente maggiore della somma delle singole componenti.

Il set up della campagna **OOH+Mobile** è stato realizzato sulla base delle specifiche esigenze comunicative di Institut Esthederm e ha avuto come principali obiettivi la generazione di brand awareness e il drive to store verso i punti vendita (farmacie, istituti di bellezza e parrucchieri) nei quali Age Proteom è distribuito. Con riferimento alla campagna OOH, grazie ad **Adsquare Planner**, IGPDecaux ha costruito un network custom da 200 spazi a Milano presidiando sia le aree frequentate dal target **Beauty&Wellness Enthusiasts**, dagli users di app **Cosmetics&Wellness**, sia le aree in prossimità dei punti vendita.

In aggiunta, Locala ha erogato **470.000 impressions** agli utenti che transitavano in prossimità degli impianti OOH o che si trovavano in prossimità dei retailer selezionati. La call to action del banner in app era chiara e ingaggiante: invitava gli users a cliccare per scoprire dove ritirare la mini-taglia del prodotto del brand. Il semplice click, infatti, faceva atterrare l'utente su una mappa interattiva, guidandolo verso il retailer più vicino rispetto alla sua posizione in real time.

I risultati della campagna sono stati considerevoli: il network custom OOH ha generato **36 mln di contatti** e una Reach sui residenti del Comune di Milano del **93%**. La campagna mobile ha invece registrato un tasso di visita dello 0,2% sugli utenti esposti al solo media mobile, dello 0,3% sugli esposti al solo media OOH e una percentuale che si attesta al **1,5%** analizzando il visit rate degli utenti esposti sia all'OOH che al Mobile. Questa è la prova che i due media hanno lavorato in maniera estremamente sinergica, generando **4,5x** il risultato di visite che si sarebbe ottenuto pianificando solo OOH e **6,2x** quello ottenuto solo con il mobile. Va aggiunto, inoltre, che gli spazi OOH con la più alta richiesta di impressions mobile sono stati anche quelli che, in fase di pianificazione, avevano mostrato in Adsquare Planner un indice di affinità al target elevato, a dimostrazione dell'efficacia delle analisi fatte in fase di pianificazione.

Commentano **Cristina Sacco** e **Veronica Brandimarte** Marketing Departement Naos Italia: *“La campagna ha avuto un notevole successo sia dal punto di vista delle vendite registrate all'interno del nostro e-commerce diretto sia dal punto di vista del richiamo social generato. La call to action stimolata dal banner mobile ha offerto al target la possibilità di testare il prodotto e di acquisire maggiori dettagli sulle caratteristiche e i punti di forza di Age Proteom. Il nostro primario obiettivo era quello di creare e generare awareness e sicuramente questo tipo di approccio che prevedeva un mix tra due media è stato vincente”*

Michele Casali, Marketing & Data Director IGPDecaux: *“La campagna pubblicitaria di Institut Esthederm ha dimostrato l'efficacia del media Out of Home e della sua sinergia con soluzioni di Mobile advertising. Grazie a questo effetto, al posizionamento strategico degli spazi di comunicazione esterna e all'analisi di affinità al target, si è ottenuto un significativo tasso di visita da parte degli utenti, dimostrando l'importanza di combinare i diversi canali pubblicitari per massimizzarne l'impatto e coinvolgere il pubblico in modo completo. Per IGPDecaux, è infine una conferma del valore dei propri touch-point di comunicazione, dell'esperienza sul territorio e degli investimenti nei sistemi di profilazione e misurazione, offrendo un supporto efficace per migliorare le campagne dei propri clienti”.*

Benvenuto Alfieri, Country Manager Locala: *“Ancora una volta la collaborazione tra IGPDecaux e Locala, riesce a dimostrare attraverso risultati concreti come i due canali, Out of Home e Mobile, siano perfetti insieme, e capaci di generare risultati incrementali tangibili. Locala sta continuando a sviluppare e migliorare la propria soluzione di Mobile advertising omnicanale in maniera esclusiva sui mercati dove operiamo.*



Siamo felici di continuare a collaborare insieme a partner di successo e di generare valore per i clienti che scelgono di affidarsi a noi.”

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