

Un milione di visite in meno di due mesi per il sito web della campagna "Everywhere" di Bridgestone. "Siamo assolutamente soddisfatti della risposta positiva alla nuova iniziativa del nostro marchio - commenta Jake Ronsholt, direttore generale Corporate and brand communication di Bridgestone - . I pneumatici sono un prodotto a basso coinvolgimento per molte persone: con la campagna "Everywhere" vogliamo portare la conversazione con il cliente finale ad un livello infinitamente più rilevante per loro: i viaggi, come dimostra anche lo slogan "Your journey, our passion". Allo stesso tempo, forniamo intrattenimento e informazione su fatti d'interesse. E naturalmente l'amplificazione della nostra iniziativa sui social media mostra quanto le persone stiano valorizzando l'esperienza".

La campagna è incentrata attorno ad un video che descrive un viaggio divertente. Invita a partecipare a concorsi, giocare e divertirsi lungo la strada. Gli appassionati di moto possono vincere (fino al 18 agosto) un weekend "meet&great" con Valentino Rossi nel paddock Vip della MotoGP. I dati confermano inoltre che i visitatori del sito non si soffermano solo sulle pagine del concorso, ma hanno anche modo di divertirsi con il gioco interattivo Tent" e la pagina "Tattoo".

"E' bello vedere gente di tutta Europa - spiega Derek Turner-Smith, amministratore delegato di JWT, l'agenzia creativa che sta dietro l'iniziativa - impegnati in questo modo con il marchio. Si convalida in maniera spettacolare il nostro approccio alla creazione di soluzioni innovative".

La partnership tra Bridgestone e JWT, che ha sviluppato e implementato il concetto, e il dottore di ricerca responsabile della campagna mediatica ha determinato un concetto di campagna che verrà replicato, come spiega Ivana Uspenski, account director del dottorato: "E' stata una semina efficace, tramite Facebook, banner e altri meccanismi che hanno avuto un ruolo fondamentale nella costruzione del successo. Nel solo primo mese di campagna, per esempio, le attività multimediali hanno generato più di 20mila nuovi fan Facebook".

© riproduzione riservata
pubblicato il 2 / 08 / 2013