Groupauto con le sue 1.400 officine PuntoPro in Italia lancia una nuova campagna 2018 con l'obiettivo di far crescere ancor di più la notorietà del brand.

La comunicazione pubblicitaria 2018 è partita ufficialmente il 15 Aprile e appare sulle principali reti nazionali. La campagna televisiva quest'anno è affidata a Mediaset, con uno spot da 15" spiritoso e accattivante. Anche quest'anno è stata confermata la presenza dell'ex campione di MotoGP Loris Capirossi, ma con una piccola aggiunta: il meccanico PuntoPro di fiducia lo affiancherà a testimonianza della professionalità e convenienza che la rete riesce a offrire. Oggi il rinnovato messaggio promozionale è caratterizzato dalla voglia di rinforzare il marchio, attraverso una leva improntata sulla qualità originale o equivalente dei ricambi ed il mantenimento della garanzia della casa auto.

La campagna radiofonica invece è diffusa dell'emittente più ascoltata d'Italia RTL 102.5 che, grazie ai suoi 8 milioni di ascoltatori, dà la possibilità di integrare il messaggio con strumenti crossmediali, caratterizzati da una forte programmazione su tutti i canali appartenenti al gruppo, comprendendo contemporaneamente FM, Dab e radiovisione, e assicurando così un numero di contatti di straordinario impatto.

Fa parte della comunicazione integrata anche il sito web della rete, www.puntopro.it, che ad oggi vanta più di due milioni di contatti unici. Carattere di novità di quest'anno sarà la presenza costante sul sito dei marchi dei fornitori consortili che hanno aderito al programma con l'obiettivo di rinforzare e massimizzare la comunicazione, enfatizzando l'importanza dei ricambi di qualità originale e equivalente.

Una campagna, che si prospetta di fortissimo impatto mediatico, pensata per raggiungere milioni di persone, ma che punta soprattutto a rivolgersi ai potenziali clienti, invitandoli ad

usufruire della proposta commerciale che le officine PuntoPro riescono ad offrire.