



www.mediaandtrade.com

## Design inCorea

## Automotive Mercedes-Benz affida il Winter Check a xister; una spremuta d'arancia on air su stampa e radio

L'agenzia vince la gara creativa per il progetto di behavioral marketing e measuring advertising della casa automobilistica

Una spremuta d'arancia contro i mali di stagione. Con questa idea xister, agenzia di comunicazione new media, si è aggiudicata la gara per la campagna sul Winter Check di Mercedes-Benz. Dopo le operazioni realizzate per promuovere la linea di veicoli commerciali e i prodotti aftersales, Mercedes-Benz sceglie di nuovo xister per informare, questa volta, i propri clienti sui 13 controlli gratuiti da effettuare per affrontare l'inverno in sicurezza. Il progetto riguarda attività di behavioral marketing e measuring advertising, capace anche di misurare il ROI dell'operazione. Il concept della campagna (firmata dall'art director Andrea Mazzocchi e dal copy Valerio Di Giorgio) crea un'associazione tra i mali di stagione e i problemi che un'auto può avere a causa del freddo. Il visual, un'arancia e un bicchiere pieno di spremuta, suggerisce ai clienti Mercedes-Benz che basta poco per prendersi cura della propria auto. Il



La campagna stampa ideata e realizzata dallo staff creativo dell'agenzia xister

Winter Check si propone come rimedio per i possibili malanni che pioggia, neve e freddo potrebbero procurare alle autovetture. Tredici controlli gratuiti, dai liquidi al filtro aria, dagli ammortizzatori ai freni, che la casa automobilistica mette a disposizione dei suoi clienti. La pianificazione prevede uscite radio e stampa, operazioni non convenzionali, presenza

sul web, invio DEM a tutti i clienti Mercedes-Benz, oltre al presidio nelle concessionarie con totem e cartoline del circuito Promocard. L'agenzia ha anche realizzato il sito internet della campagna (www.wintercheck.it), luogo di approdo di tutta l'operazione. Ogni comunicazione, infatti, rimanda alla pagina web e attraverso il sistema di tracking sarà possibile monitorare le azioni degli utenti e conoscere la redemption dell'operazione, sia online che offline. Lo spazio web sarà anche il fulcro del concorso che mette in palio, per chi sceglie il Winter Check, tre viaggi verso mete esotiche. Dopo i controlli presso le officine autorizzate, i clienti riceveranno una scheda che riporta un codice univoco e i dettagli della messa a punto dell'auto. Inserendo sul sito tutti i dati l'effetto sarà duplice: il cliente potrà partecipare all'estrazione dei premi e la casa automobilistica otterrà tutte le informazioni per calcolare il ritorno sull'investimento (anche per singole concessionarie). Il progetto di comunicazione sarà on air dal 26 novembre fino al mese di febbraio del 2008.

■ PARTNERSHIP Radio Italia a fianco di Metro per l'iniziativa "Più bici per tutti" Radio Italia e Metro di nuovo insieme. Dopo le collaborazioni avviate in occasione di Sanremo 2007 e della celebrazione dei 25 anni dell'emittente, la radio della musica italiana è al fianco del free press più letto al mondo a sostegno dell'iniziativa "Più bici per tutti". Si chiama così la campagna di sensibilizzazione del quotidiano gratuito, partita il 5 novembre, che promuove la bicicletta come mezzo ideale per ridurre il traffico nelle grandi città e per combattere i livelli di inquinamento atmosferico. Gli obiettivi: incentivare l'acquisto di biciclette attraverso contributi alla rottamazione di auto e motorini; finanziare l'aumento di percorsi protetti e piste ciclabili; favorire l'"intermodalità", ovvero la sinergia tra mezzi pubblici e due ruote non inquinanti attraverso parcheggi di scambio e biciclette pubbliche; consentire il trasporto delle bici per brevi tratti sui mezzi pubblici, metropolitane in testa. Radio Italia solomusicaitaliana, partner del progetto, da lunedì 11 novembre ha inserito nel suo palinsesto notizie dedicate all'iniziativa, le "Metro News", proponendo ai suoi ascoltatori spunti, idee e argomenti di discussione sul tema.

## “Occhio al marchio”



STUDIO 1

PRIME TIME  
PUBBLICITA'



Concessionaria esclusiva di pubblicità - Tel. 02 36572020 - primetime@fastwebnet.it

Le televisioni locali che ti conoscono perchè vivono con te