

Hoover entra nel segmento dei purificatori d'aria e lancia la gamma H-Purifier con campagna di Uniting Group

15 Aprile 2021

La campagna di Hoover, omnichannel e con forte accento digitale, conta su un budget da 500mila euro



Il team di Hoover e i brand ambassador

La crescente attenzione al benessere e la consapevolezza dei danni provocati dall'inquinamento sono alla base del lancio in Italia della gamma di purificatori d'aria H-Purifier di Hoover.

Il brand, di cui è stata completata l'acquisizione da parte del gruppo cinese Haier, ha presentato la campagna omnichannel e con un forte accento digitale per cui è previsto un investimento complessivo di circa 500mila euro.

I contenuti di prodotto e la tecnologia dei purificatori sono raccontati prevalentemente sui social, primo fra tutti Instagram, e sui profili dei brand ambassador Marina Colombari, Maddalena Corvaglia, Simone Rugiati, Elena Santarelli, Melissa Satta e The Pozzoli Family.



Il progetto è stato realizzato con il coinvolgimento di Uniting Group, gruppo indipendente di agenzie di comunicazione che comprende All, Kiwi e Flu, e che ha contribuito alla parte creativa, operativa e strategica con un modello di lavoro trasversale a tutte le sigle del gruppo.

Oltre ai contenuti sui social, live già dal 2 aprile, Hoover ha sviluppato una strategia digital con un piano editoriale social specifico, sostenuto da una campagna display, RTB, video e SEM.

Il ‘guerrilla content’, ha spiegato Sabrina Zara, Marketing Director Italia di Haier Europe, è stato preferito alla TV lanciare un concorso che permette di provare il purificatore in casa e proseguirà coinvolgendo micro-influencer all’interno di un igloo trasparente in una zona urbana, completamente purificato dai pollini, molto probabilmente in settembre in occasione del Salone del Mobile di Milano.

Un’altra parte della campagna – che lavora però soprattutto sull’awareness della gamma e sui contenuti tecnologici del prodotto – è quella dedicata alla conversione con digital adv (display, video e social) e con allestimenti sul punto vendita grazie a un espositore dotato di ologramma per trasferire informazioni sul prodotto, a cosa serve e come funziona.



CAMPAIGN CREDITS:

HOOVER:

Sabrina Zara – Italy Marketing Director – Haier Europe

Atena Manca – Hoover Brand Manager Europe

UNITING GROUP:

Client Director: Luca Colombi

Head of Strategy: Alice Cavalcoli

Direzione Creativa: Totò Livecchi, Leonardo Bonaccorso

Senior Copywriter: Nicoletta Sorge

Senior Art Director: Giorgio Bianco, Gokcen Dadas

Senior Account: Valentino Riccio

Senior Account e Influencer Specialist: Alice Lorusso

Senior Producer: Davide Salamina