

Vettura integrale: per una pubblicità di grande impatto

Come trasformare dei veicoli lilla in ambasciatori del marchio

Cliente

Valiant è un istituto bancario indipendente attivo solo in Svizzera e con le sue oltre 85 filiali è tra i fornitori di servizi finanziari più importanti del Paese. Opera in undici cantoni, da Basilea, passando per il Mittelland, fino alla Svizzera romanda. Si rivolge a clienti privati, lavoratori autonomi e PMI con un'offerta completa e facilmente comprensibile, che copre tutte le questioni finanziarie.

Sfide

Da molti anni Valiant punta sul suo inconfondibile marchio lilla, unico nel suo genere nel settore bancario, riscontrando molto successo. Per accrescere la notorietà del marchio, è necessario rivolgersi in modo diretto ai gruppi target in mobilità nelle città. A tal proposito, vengono condotti regolarmente studi specifici, che analizzano l'andamento della percezione e l'effetto delle campagne.

Realizzazione

- Mix mediale: pubblicità sui mezzi di trasporto (monostrategia media)
- Formati: superfici esterne dei mezzi pubblici (vetture integrali e TrafficBoard), superfici interne dei mezzi pubblici (cartoncini sospesi e adesivi sui finestrini)
- Territorio target e periodo: campagna su vasta scala e di lunga durata (1 anno) nella Svizzera tedesca e romanda
- Design: colorazione vistosa, forte impatto visivo, identità del marchio chiara
- Misurazione dell'impatto pubblicitario e del marchio attraverso indagine online



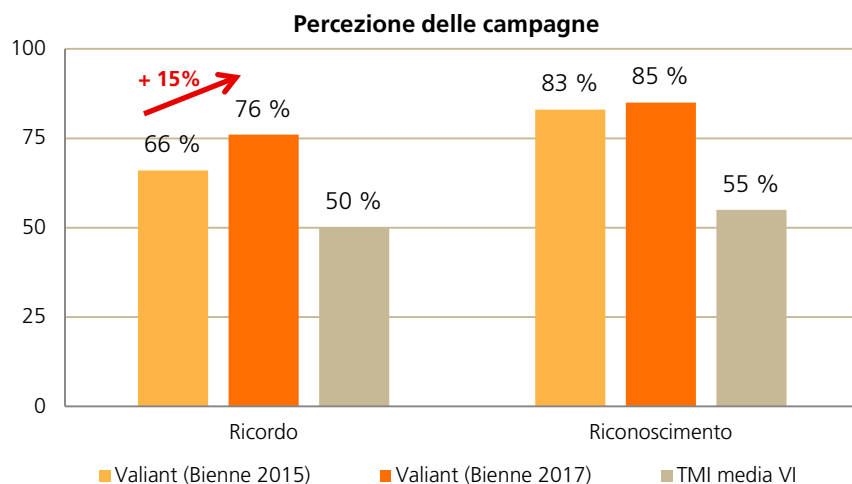
Decorazione integrale degli autobus, Bienne 2017

Risultato

Pubblicità esterna con una presenza d'impatto ed effetto di memorizzazione superiori alla media grazie al design efficace e alla forte presenza nei centri urbani molto frequentati.

- Nella regione analizzata di Bienne, il ricordo della campagna si dimostra di gran lunga superiore alla media.
- L'85% degli intervistati ha saputo associare il soggetto al marchio Valiant, persino nei casi in cui il mittente era anonimo.
- Rispetto al 2015, il grado di ricordo e di riconoscimento del marchio è aumentato, in alcuni casi notevolmente.

Colore vistoso
+ realizzazione
in linea con il marchio
+ vasta presenza nel
territorio target
= pubblicità esterna di
grande impatto



Studio dell'efficacia dei veicoli con pubblicità integrale

Impiego mirato nei centri urbani

«Da anni puntiamo su una pubblicità vistosa sui mezzi pubblici, raggiungendo così i nostri gruppi target in modo efficace ed esteso a tutto il territorio.»

Bettina Ammann, responsabile di progetto senior Marketing, Valiant



Il design vistoso e in linea con il marchio non può passare inosservato e si imprime velocemente nella memoria.



Le vetture integrali circolano ogni giorno nei centri urbani svizzeri e vengono viste anche da pedoni e automobilisti.

Maggiori informazioni:
apgsa.ch/best-practice

Oggetto e obiettivi dello studio

- Monitoraggio dell'impatto della campagna dei veicoli con decorazione pubblicitaria integrale

Dettagli del test

- Area di indagine: area di pendolarismo nel Westmittelland (zone economiche 14/32/33/34)
- Prova a campione rappresentativa: n=217 (2017); n=200 (2015)
- Età: 15-59 anni
- Partecipanti: residenti nell'area di indagine e che negli ultimi 14 giorni si sono mossi a Bienne 3 giorni su 7
- Procedimento: indagine online
- Svolgimento: 2017 (31.05. -07.06.), 2015 (12.08.-19.08.)
- Innofact AG (Zurigo)

Oggetto d'analisi/Tematiche

- Assetto sociodemografico del target (età, sesso, struttura dell'età, posizione professionale, potere di acquisto)
- Presenza a Bienne (frequenza)
- Percezione della campagna pubblicitaria (con aiuto) suddivisa per ricordo, riconoscimento del marchio e gradimento.

Maggiori informazioni

www.apgsa.ch
APG|SGA
Società Generale d'Affissioni SA
Christof Hotz, Responsabile Ricerche di mercato
Giesshübelstrasse 4
Casella postale, 8027 Zurigo
T +41 58 220 78 45
christof.hotz@apgsa.ch