

Comunicazione adv Maxibon si affida al Next Gen Lab di Cimiciurri per la strategia di lancio delle nuove referenze

La campagna vede il coinvolgimento di influencer e community in un Maxigame che mira a superare i 30 milioni di impression entro agosto

Cimiciurri, l'agenzia di IAKI Group dedicata alle Next Generation, ha ideato una strategia omnichannel e multi-generazionale per il lancio delle nuove referenze Maxibon 2022: Mokaccino Crunchy, Cookie e Classic. Per costruire la strategia della campagna, Cimiciurri ha realizzato un'analisi attraverso il Next Gen Lab, l'osservatorio permanente del gruppo sulle generazioni, sui gusti delle diverse generazioni a cui

rivolgersi: Gen Z, Millennial e Gen X. In base ai risultati, l'agenzia ha deciso di impostare il concept della campagna sul Maxigame, un format di gioco irriverente che sposa i trend amati dalla Gen Z e dai Millennial, come le challenge, le sfide e lo schieramento in team differenti caratterizzati da altrettanti mood o valori, e che ha coinvolto un panel di 12 influencer selezionati in base alla notorietà presso le diverse generazioni



di pubblico e il loro essere "irriverenti" come il brand Maxibon, fra i quali Diletta Leotta e Cristiano Caccamo. Le sfide sono state assegnate a discrezione del team creativo di Cimiciurri, che ha valutato caso per caso la tipologia di sfida in base alle caratteristiche e ai talenti dei singoli influencer. A decretare i due team finalisti del Maxigame

saranno i fan dei profili social del brand attraverso i pool andati online in queste ultime settimane. Il culmine della campagna e del Maxigame avverrà invece durante l'evento finale che si terrà all'Aquafan di Riccione il 3 agosto e che vedrà come protagonisti alcuni degli influencer coinvolti. Oltre ai big influencer sono stati coinvolti anche

25 tra micro e macro influencer e 10 community, con l'obiettivo sfidante di superare i risultati record registrati dalla campagna dello scorso anno. Per i contenuti sul web e per le affissioni, Cimiciurri ha utilizzato una particolare grafica 3D cartoonizzata che richiama il mood degli spot tv prodotti da Froneri a livello internazionale e si è avvalsa della collaborazione di alcune community social accomunate da un forte senso dell'ironia per la produzione di meme da condividere con il pubblico Gen Z e Millennial.



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.



129103