

Euronics: il nuovo payoff "Un mondo più avanti" di Daniela Giannace

Descrizione

TAG: In Evidenza, Innovazione, elettronica, Euronics, Tecnologia, Un mondo più avanti

Una comunicazione che mette al centro il digital, è questo l'obiettivo che si pone **Euronics** nella sua nuova campagna pubblicitaria. La catena di elettronica di consumo rinnova quindi il suo posizionamento, e lo comunica con il payoff **"Un mondo più avanti"**.

La nuova campagna di comunicazione "Euronics, un mondo più avanti"

Nella nuova campagna "Euronics, un mondo più avanti", la catena di elettronica di consumo va incontro alle attuali esigenze delle persone. Oggi, infatti, il rapporto tra individuo e tecnologia è soggettivo perché si privilegiano i bisogni di ognuno. La tecnologia aiuta a migliorare se stessi e il mondo circostante, guardando verso il [futuro](#). La campagna lanciata da **Euronics** ribadisce, inoltre, i valori che da sempre caratterizzano l'azienda: **prossimità, passione, fiducia e innovazione**. Il film dello spot parte con la provocazione della domanda: "A che serve la migliore tecnologia se non la usiamo per migliorare anche noi?". Lo spot è un dialogo tra il commesso Euronics e le persone che rappresentano diversi target con le loro personali esigenze in rapporto al digitale. La campagna, firmata da Wunderman Thompson, è declinata in TV, sui canali social e digital. A curare la pianificazione è Media Italia.

Le dichiarazioni dell'amministratore delegato di Euronics Italia

Massimo Dell'Acqua, amministratore delegato di Euronics Italia, dichiara: "Le abitudini degli italiani sono cambiate, perché sono mutati i loro valori e le loro aspettative nei confronti dei brand, oltre che verso le responsabilità sociali che le aziende devono assumersi. Fiducia e credibilità risultano oggi fattori chiave per le nuove generazioni, che rappresentano un interlocutore sempre più strategico per noi. Abbiamo raccolto la sfida. Non vogliamo focalizzarci solo su prodotti o prezzi, ma ripartire dal ruolo di guida che possiamo avere nel realizzare le aspettative, i desideri e tutto quello in cui le persone credono. Anche attraverso la tecnologia".

Il commento del Chief Marketing Officer

"Il mondo sta cambiando ed è inconfondibile l'importanza che riveste la tecnologia in questo percorso: fa parte di ogni aspetto della nostra vita. Il nostro non è solo un riposizionamento, ma una vera presa di posizione, che ribadisce la nostra vicinanza alle persone. È una visione diversa della tecnologia, che deve aiutarci a raggiungere anche di più di quello per cui è stata pensata: migliorare la nostra vita e migliorare anche noi", dice **Daniela Ghidoli, Chief Marketing Officer**.

Hits: 1

L'articolo [Euronics: il nuovo payoff "Un mondo più avanti"](#) proviene da [CIAOUP News & Advertising Influencer](#).

Categoria

1. MARKETING NEWS

Data di creazione

5 Novembre 2021

Autore

default watermark