

Olimpia Splendid, i climatizzatori Unico e Dolceclima â?? di Daniela Giannace

Descrizione

TAG: Green economy, In Evidenza, Innovazione, climatizzatori, climatizzatori portatili, Dolceclima, Made in Italy, Olimpia Splendid, SostenibilitÃ , Unico

Lâ??azienda produttrice di climatizzatori **Olimpia Splendid** torna on air con due nuove campagne. I prodotti della gamma **Unico** rinnovano il concept pubblicitario â??**Bella fuori, fresca dentroâ?**; lâ??altra campagna Ã“ dedicata ai nuovi **climatizzatori portatili Dolceclima**. La mission Ã“ quella di fornire soluzioni idonee per rendere bella e sopportabile la stagione calda.

La pianificazione della nuova campagna dei climatizzatori Unico

Olimpia Splendid ha deciso di portare in radio e sul digitale la nuova campagna di comunicazione incentrata sul climatizzatore **Unico**. Il modello, giÃ pubblicizzato in precedenza dal marchio, offre la comoditÃ dellâ??**assenza di unitÃ esterna**. I prodotti della gamma non occupano spazio al di fuori dellâ??abitazione, inoltre il loro **minimalismo** li rende semplici da un punto di vista estetico. La pianificazione radio Ã“ on air fino al 25 luglio su 6 emittenti radiofoniche nazionali: Rai Radio 1 e Radio 2, RDS, Deejay, Capital e Radio 24. A curarla Ã“ lâ??agenzia di comunicazione internazionale Initiative. Si compone di spot tabellari da 30â?•, billboard da 5â?• in corrispondenza delle rubriche meteo di Radio Capital e audio pre-roll sui podcast di Radio 24. La pianificazione digitale si avvale invece del supporto di MBS Media Communication, coinvolgendo le principali piattaforme social e search a livello Europeo fino alla fine di agosto.

Le novitÃ del concept â??Bella fuori, fresca dentroâ?• di Olimpia Splendid

Lo spot rinnova il concept â??**Bella fuori, fresca dentroâ?** che caratterizza la comunicazione di **Olimpia Splendid**, ricorrendo ad uno storytelling totalmente differente dal precedente. Il racconto si basa sullâ??idea di come sia fondamentale fare uso della **climatizzazione** per rinfrescare lâ??aria in casa. Nello stesso tempo, i vantaggi di avere un climatizzatore Unico si estendono anche al terrazzo grazie alla **sostituzione del motore esterno con due semplici fori**. Lâ??unitÃ interna racchiude lâ??essenziale con innovazione e stile, quindi la protagonista femminile della pubblicitÃ sottolinea la possibilitÃ di utilizzare lo spazio esterno come si preferisce. Il tema della **sostenibilitÃ** diviene centrale nella comunicazione del brand. Il design e la tecnologia sono made in Italy, con know-how tecnologico specifico per lâ??utilizzo di refrigeranti a basso GWP o 100% rigenerati.

La pubblicitÃ della nuova gamma di climatizzatori portatili Dolceclima

Ã? nata una nuova gamma di **climatizzatori portatili Dolceclima** firmati Olimpia Splendid. Lâ??azienda sceglie di affidare la creativitÃ dei nuovi modelli allâ??agenzia Welcome Adv, la quale studia come headline â??**Classe superiore, efficienza garantitaâ?** per la pubblicitÃ sul web. Anche

in questo caso, la campagna di comunicazione Ã“ diffusa a livello internazionale, in modo coerente alla linea di sviluppo seguita dal marchio. Il comfort di livello superiore dei climatizzatori portatili Dolceclima Ã“ dato dalla massima efficienza nonchÃ© da prestazioni ottimali, confermando cosÃ¬ il successo del design italiano.

Hai voglia di unâ??estate rinfrescata dai climatizzatori Olimpia Splendid?

Hits: 1

Lâ??articolo [Olimpia Splendid, i climatizzatori Unico e Dolceclima](#) proviene da [CIAOUP News & Advertising Influencer](#).

Categoria

1. MARKETING NEWS

Data di creazione

17 Giugno 2021

Autore

default watermark