

L'esperienza immersiva del Gruppo Roncaglia per Dyson allo Swiss Corner di Milano



Il Gruppo Roncaglia ha ideato, sviluppato e realizzato l'attività, live dal 1 al 15 dicembre 2019 presso lo Swiss Corner di Milano, per raccontare il nuovo Dyson V11™, l'aspirapolvere senza filo della global technology company britannica che adatta in modo intelligente potenza e autonomia.

“Abbiamo progettato una esperienza di marketing immersivo che ha elevato la Brand Experience trasportando le persone fin dentro i prodotti, nel cuore della tecnologia Dyson”, specifica Mafalda Lepore, head of loyalty del Gruppo

Roncaglia. “ ‘Immergiti nella tecnologia Dyson’ infatti è il concept di una prova prodotto radicalmente innovata, dove la tecnologia stimola curiosità e stupore coinvolgendo il consumatore, che scopre le caratteristiche del Dyson V11™ nel corso di un'esperienza fortemente interattiva e tecnologica”.

L'utente può infatti navigare attraverso gesture nel modello 3D del Dyson V11™ proiettato in un ledwall da 16 monitor. Senza toccare nessun dispositivo può interagire con il prodotto ruotandolo, spostandolo nello spazio e zoomando fino ad arrivare a scomporre le componenti interne, per immergersi nella tecnologia Dyson V11™.

Su alcune componenti del modello 3D sono stati inseriti focal point e descrizioni che permettono di ricevere informazioni in dettaglio e animazioni che ne mostrano il funzionamento.

Il Gruppo Roncaglia si è occupato dell'ideazione del concept dell'evento, della creazione e dello sviluppo della user experience e della user interface e si è avvalso della collaborazione di Hotminds per la programmazione 3D.

“Abbiamo trasformato la prova prodotto, che spesso è un'esperienza razionale o didascalica, in un momento confidenziale, dove il consumatore diventa un protagonista attivo”, osserva Giulia Roncaglia, direttore generale del Gruppo. “La caratteristica di questa live activity è l'aderenza con il profilo tecnologico di Dyson, dunque in coerenza con il brand e in forte sintonia con il nostro approccio. Nella continua ricerca dell'innovazione che da sempre ci contraddistingue - sottolinea Giulia Roncaglia - utilizziamo la tecnologia come strumento 'caldo', che viene messo a servizio del coinvolgimento per creare esperienze immersive e memorabili”.