

Lo storytelling innovativo del Gruppo Roncaglia per Volkswagen Caddy



Un innovativo storytelling coinvolgente e multicanale. Così il Gruppo Roncaglia ha ideato e realizzato l'attività di promozione per Volkswagen Caddy, il veicolo di Volkswagen Veicoli Commerciali che per comodità, spazio e potenza è il mezzo più adatto alle esigenze di famiglie con bimbi piccoli. Proprio su questo target di interesse è stato incentrato il progetto, che mira all'attivazione dei piccoli passeggeri e delle loro famiglie attraverso diversi touchpoint.

Protagonista il buffo personaggio di Bubufalla, l'amico immaginario che tutti i bambini vorrebbero avere. Accanto a lui c'è una grande famiglia con tanti componenti, realizzati con il coinvolgimento di un illustratore, che ci accompagnano nella scoperta delle caratteristiche del Volkswagen Caddy. Con Bubufalla e le sue magie è divertente giocare a identificare le figure che più si avvicinano alle caratteristiche dei propri familiari. Tutti i personaggi sono infatti rappresentati nei family stickers, gli adesivi pensati per accompagnare i viaggi delle famiglie che decideranno di personalizzare la propria auto attaccandoli sul finestrino.

Bubufalla e i suoi amici sono presenti negli appuntamenti di presidio fisico che la rete di vendita organizza su tutto il territorio, per i quali il Gruppo Roncaglia ha ideato e curato i materiali di allestimento e degli stand brandizzati. Presso i dealer, o in altri luoghi frequentati dal target (ad esempio, i centri commerciali), sarà anche possibile per le famiglie giocare ad una caccia al tesoro all'interno del Caddy e contestualmente scegliere di prenotare un test drive o fare un preventivo.

Il progetto si compone anche di una parte di sviluppo online, lanciato l'otto aprile scorso. Attraverso la partnership con Coccole Sonore, un network dedicato al target famiglie, si amplia la platea dei possibili interlocutori. La creazione di un video cartoon e di una canzone, con musiche e testo originali, che raccontano quanto sia divertente viaggiare sul Caddy in compagnia di Bubufalla e della sua simpatica famiglia, visualizza le qualità del veicolo e le occasioni di viaggio e divertimento che il Caddy ci permette realizzare.

"Abbiamo costruito una strategia target oriented, che avesse come focus la creazione di un mondo incantato, dai toni delicati e con ricchezza di dettagli, abitato da personaggi di forte appeal per i piccoli viaggiatori", spiega Daniela Campana, account supervisor responsabile del progetto. "Il risultato è un'attività a tutto tondo, che attraverso ogni canale incentiva le famiglie a rimanere in contatto, con la proposizione di un test drive o di un preventivo".

"Abbiamo adottato un nuovo punto di vista sulle modalità per intercettare il target primario", osserva Paolo Roncaglia, amministratore unico della Roncaglia Digital Marketing. "Partendo da questo approccio, la narrazione del prodotto è stata declinata sulle specificità dei diversi touchpoint, fisici e digitali, che si integrano in un ecosistema coerente con l'obiettivo di stabilire una relazione ingaggiante con le persone".