

ZEISS LENTI DI PRECISIONE

Una campagna di forte impatto

Partirà a marzo la campagna pubblicitaria di Carl Zeiss Vision. Oltre agli spot sulle reti Mediaset e sui principali canali tematici di Sky, è prevista la presenza di banner sui maggiori portali e un coinvolgimento dei Centri Ottici.

Qual è il mezzo migliore per raggiungere 20 milioni di potenziali utilizzatori e dare visibilità ad un prodotto ancora oggi non così facilmente comprensibile, come la lente oftalmica? Analisi fatte rivelano che la televisione in Italia rappresenta ancora il media principale con un 53% di penetrazione sul target (fon-

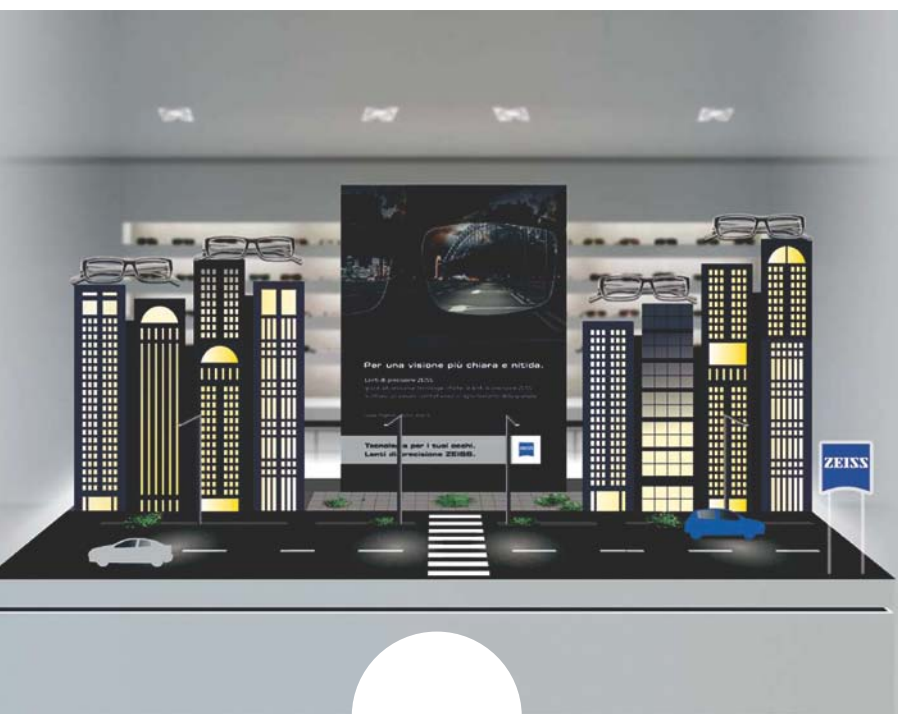
te: GroupM - summer 2009) e i canali digitali tematici così come internet accrescono di anno in anno la loro importanza. Si pensi che nel solo anno appena passato l'utilizzo di internet ha segnato una crescita a due cifre ed è stato l'unico mezzo di comunicazione a poter vantare un segno positivo e di forte crescita.

Carl Zeiss Vision, conscia di que-

sto, presenta una nuova campagna pubblicitaria di forte impatto che andrà **in onda a Marzo** proprio sulle reti Mediaset e sui principali canali tematici di Sky, inoltre si avvarrà di accattivanti **banner sui principali portali internet** per catturare l'attenzione del target e indirizzarlo su un sito dedicato dove comprendere più a fondo la meccanica della campagna. La campagna è inoltre strutturata per adattarsi perfettamente alle esigenze locali potendo essere personalizzata e offrire il massimo del beneficio sul proprio territorio.

Lo Spot

Protagoniste assolute della campagna sono le **lenti di precisione Zeiss**, che a buon diritto si possono forgiare di questa nomea per la tecnologia che le contraddistingue e per i metodi di produzione con le quali sono realizzate, frutto di oltre 160 anni di esperienza, ricerca e sviluppo nel campo dell'ottica e della meccanica di precisione. La campagna punta l'attenzione sul concetto di **visione notturna** perché è proprio in condizione di scarsa illuminazione che l'occhio è maggiormente sottoposto a stress



visivo: tendenzialmente i contrasti e i colori sono meno percepibili, le luci artificiali circostanti creano fenomeni di abbagliamento e aloni. Una lente di qualità premium Zeiss consente di superare questi limiti. Una lente Zeiss con tecnologia i.Scription ne è la

risposta ideale. Questa innovativa tecnologia di produzione di altissima

precisione tiene in considerazione, infatti, tutte le caratteristiche individuali di ogni singolo occhio e analizza le aberrazioni sia di alto sia di basso ordine, che sono proprio una delle cause principali di visione scarsa di notte e al crepuscolo. Anche il **Centro Ottico** è protagonista. Nello spot, infatti, sia in apertura che in chiusura l'attenzione sarà rivolta agli Ottici Optometristi partner dell'iniziativa e a tutti i Centri di Eccellenza Zeiss che desiderano dare valore alla loro attività professionale, proponendo un prodotto Premium, quale è Zeiss, e guadagnare visibilità sul territorio.

Internet

Per colpire un target di livello medio alto e rafforzare ulteriormente la forza del messaggio televisivo, Carl Zeiss Vision sarà presente anche in rete, in particolare creando un sito dedicato all'utente finale dove trovare risposta a tante domande di carattere generale sulla Visione, avere modo di vedere lo spot della campagna e, ultimo, ma assolutamente non ultimo in termini di importanza, trovare il **Centro Ottico più vicino** a cui rivolgersi per l'acquisto di lenti Zeiss. www.migliore-visione.zeiss.it

è l'indirizzo internet a cui la campagna farà riferimento e che rimarrà attivo anche al termine della stessa. Il sito si pone l'obiettivo di diventare un punto di riferimento on line per tutti coloro che cercano consiglio e che sono alla ricerca della miglior soluzione visiva per i loro occhi. Un'attività di visibilità su web, con l'inserimento di banner nei principali portali di siti in informazione, consentirà di rendere visibile il sito Zeiss, rimandando ad esso. Nel sito www.migliore-visione.zeiss.it gli utenti potranno, inoltre, scaricare un coupon per un check up gratuito presso un Ottico Optometrista aderente e ritirare un simpatico omaggio (disco orario con l'immagine di campagna).

Una vetrina che si fa notare

Non c'è visibilità territoriale, se non vengono creati punti di riferimento in città a supporto della campagna nazionale. Ed è qui che entra in gioco il ruolo del Centro Ottico. Per un richiamo immediato alla campagna che andrà in onda, Carl Zeiss Vision ha studiato una **scenografia tridi-**

mensionale ad hoc per abbellire la vetrina e catturare ulteriormente l'attenzione del potenziale Cliente... e le vetrine più belle verranno premiate! Inviando una foto della vetrina, si potrà partecipare al **Concorso** "Una vetrina che si fa notare", in palio fantastici premi per i primi 10 vincitori. Carl Zeiss Vision mette a disposizione anche un gruppo di esperti vetrinisti per non lasciare nulla al caso. Mai prima d'ora le lenti oftalmiche hanno avuto tanto spazio di pregio e visibilità in vetrina come ora.

Materiali di comunicazione e attività di co-marketing

Ogni Centro Ottico può avere la sua personale campagna pubblicitaria. Aderendo all'iniziativa, è possibile scegliere fra diversi strumenti di comunicazione per dialogare con i propri Clienti: dal mailing agli sms, da una campagna tv locale alla radio. Carl Zeiss Vision ha pensato proprio a tutto per una campagna globale.

... 20 milioni di persone da marzo conosceranno con i propri occhi la Precisione Zeiss. ●

