

KABA, CAMPAGNA WEB PAN-EUROPEA

Partita la fase teaser, promozione di 12 mesi. Creatività di **Nisys**, pianificazione **Pragmatika**

COMUNICAZIONE WEB PIANIFICATA DA PRAGMATIKA

Kaba, campagna pan-europea per il controllo degli accessi

PARTITA LA FASE TEASER, TRA QUALCHE MESE L'ADV VERA E PROPRIA

ambiare per sempre il modo in cui le organizzazioni considerano il settore del controllo accessi. È questo l'obiettivo della campagna marketing di **Kaba**, società attiva nel mercato globale della sicurezza, i cui contenuti saranno svelati completamente nel prossimo mese di settembre. Fino ad allora, la curiosità dei manager che nell'ambito del proprio lavoro gestiscono temi connessi alla sicurezza aziendale, sarà stimolata da campagne teaser sul web, banner pubblicitari e azioni di digital marketing. L'iniziativa è stata promossa da **Ulrich Wydler**, chief operation officer della divisione "Access and Data Systems" di Kaba, che ha maturato l'idea che fosse necessario un'iniziativa eclatante per colpire in maniera efficace il mercato. La campagna, che avrà una durata di almeno 12 mesi, sarà sviluppata in Svizzera, Austria, Germania, Spagna, Svezia, Finlandia, Francia, Paesi Bassi, Italia e Regno Unito. Prevede una serie di moduli che includono, tra l'altro, azioni pubblicitarie e su web, attività di pr e di direct marketing che prevedono il pieno coinvolgimento delle filiali locali della multinazionale. La fase teaser è partita in questi giorni e coinvolge, per alcu-

KABA®

ni mesi, portali che trattano il tema della sicurezza e relative newsletter. Subito dopo partirà la campagna di comunicazione vera e propria, pianificata da **Pragmatika**. La creatività sviluppata a livello europeo è dell'agenzia svedese **Nisys**, adattata al mercato italiano Pragmatika. «È la prima volta che Kaba sviluppa una campagna marketing a livello pan-europeo così articolata. Siamo orgogliosi di essere leader nelle soluzioni innovative di controllo accessi e oggi abbiamo in serbo importanti novità. Il nostro nuovo approccio cambierà la visione che le organizzazioni hanno di questo preciso settore in ambito sicurezza. Dalla campagna ci aspettiamo notevoli ritorni sia nel breve che nel lungo periodo, non solo per Kaba ma per l'intero mercato di riferimento», ha dichiarato Wydler. **Luca Negrini**, amministratore delegato di Kaba Italia, ha commentato: «Contribuire allo sviluppo di questa campagna marketing pan-europea accresce la nostra capacità competitiva nel mercato nazionale. Sono estremamente fiducioso che il nostro messaggio sarà compreso meglio dal nostro target grazie a questa iniziativa globale piuttosto che attraverso iniziative locali».

