



Now Available firma la campagna unconventional per il rebranding di Zuritel, da oggi Zurich Connect

Svelato sul sito www.daconnect.ch, che cosa si nasconde dietro al rivoluzionario DAConnect, il “primo ologramma per auto”, che in tre settimane ha generato un forte passaparola nella rete con oltre 120.000 views del video demo tra forum e piattaforme di video sharing. Una campagna di marketing non convenzionale interamente ideata e realizzata da Now Available per il lancio di Zurich Connect.

Milano, 29 ottobre 2008. Come fase teaser della campagna di rebranding Zuritel, da oggi **Zurich Connect**, la neutral agency **Now Available** ha realizzato una campagna di marketing non convenzionale promuovendo un prodotto fake: il **DAConnect**, rivoluzionario sistema in grado di proiettare all'interno dell'auto un ologramma sempre accanto al guidatore per la sua sicurezza.

La campagna unconventional DAConnect è iniziata il 23 settembre con il lancio del sito www.daconnect.ch che al suo interno fornisce tutte le caratteristiche del finto prodotto, attraverso schede tecniche e 9 video demo per scoprire le sue numerose funzionalità.

Per aumentare il “passaparola”, **Now Available** ha parallelamente sviluppato una attività di buzz marketing e blog relation, coinvolgendo i principali social network e le più importanti piattaforme di video sharing che in queste tre settimane hanno raggiunto ottimi risultati in termini di visibilità. Nel primo mese della campagna è stata superata la soglia di **120.000 views** tra forum e piattaforme di video sharing. Dati importanti che continuano a crescere ogni giorno.

*“Nel nostro progetto – sottolinea **Stefano Pagani**, general manager di Now Available – il trait d'union tra rebranding e promozione immaginaria per Zurich Connect è stato strategico. DAConnect è infatti un prodotto fake che aveva già in sé, oltre al richiamo nel nome, i valori del brand Zurich Connect: sicurezza, vicinanza ed economicità. La filosofia alla base della campagna è che non serve un ologramma seduto accanto a te in macchina. Basta Zurich Connect”.*

La campagna unconventional non si è sviluppata solo online. Dal 9 al 12 ottobre, infatti, DAConnect è stato comunicato in alcune zone strategiche di Milano e Roma attraverso un'operazione di **street marketing** che ha visto un gruppo di **pixman** diffondere ulteriormente il nome del prodotto e dare visibilità al video attraverso schermi al plasma.

Oggi l'engagement continua sul sito DAConnect, con il protagonista del video che interagisce in maniera divertente con l'utente, invitandolo a partecipare ad un “vero” **concorso** a premi che mette in palio un viaggio in Cina per due persone e cinque iPhone. (link: <http://www.daconnect.ch/concorso.htm>).

Credits: Sergio Spaccavento (Direttore Creativo), Rossella Ferrara (Unconventional Strategic Planner) – Michele Prevato (Account Manager) - Produzione Video: Shortcut Productions (regia: Marcello Macchia)