



Renault, Publicis, OMD e Google insieme per sostenere le imprese familiari con le piattaforme Google in Italia

Obiettivi

- Sostenere le imprese a conduzione familiare in Italia
- Incrementare il numero di lead e di vendite della gamma di veicoli commerciali leggeri

Approccio

- Creata un'app che incorpora le funzionalità di Google for Work
- Lanciata una campagna di marketing interattiva su YouTube
- Offerti seminari aziendali dal vivo presso concessionarie locali

Risultati

- 770.000 visualizzazioni per il video di lancio sul canale YouTube del brand
- Oltre 100.000 download dell'app
- Aumento annuo del 70% dei lead per la gamma di veicoli commerciali leggeri
- Aumento annuo del 40% delle vendite di veicoli commerciali leggeri

Le imprese a conduzione familiare sono fondamentali per l'economia italiana di oggi, perché offrono opportunità di lavoro alle nuove generazioni. Ma dietro la nozione tradizionale e un po' romantica del lavoratore che esercita il proprio mestiere si nasconde un altro aspetto, ossia la sfida rappresentata dalla modernizzazione delle aziende tradizionali in un ambiente rinnovato e più competitivo.

Renault desiderava aiutare le imprese a conduzione familiare italiane a sviluppare strumenti per mettersi al passo con la tecnologia e dare impulso alla propria attività. Collaborando con Publicis e Google, ha così lanciato una campagna per promuovere la sua nuova app per dispositivi mobili, che incorpora le funzionalità di Google for Work.

L'azione di marketing è stata condotta con l'ausilio di racconti interattivi tramite video su YouTube, consentendo all'utente di passare dal "padre" al "figlio" per esplorare tutto il fascino delle imprese a conduzione familiare italiane. La campagna si è avvalsa anche della collaborazione di concessionari Renault locali, presso cui istruttori professionisti hanno tenuto seminari dal vivo sull'importanza del digitale per le piccole e medie imprese di tutta Italia. Oltre a diffondere il messaggio, questo approccio ha consentito di attirare potenziali clienti nelle concessionarie.

L'app Google for Work è stata di grande utilità, perché ha messo letteralmente in contatto le vecchie e le nuove generazioni in modo da aiutarle a prendere decisioni e a fare le cose giuste al momento giusto, ossia quando l'utente è in giro. Il video di lancio sul canale YouTube di Renault ha ottenuto 770.000 visualizzazioni e la campagna ha vinto moltissimi premi, compreso un Leone di bronzo per la pubblicità al Festival internazionale della creatività Cannes Lions 2016.

