



Da Castoro Gioielli vincere è facile e ti premia subito. È partito in questi giorni il grande concorso Castoro, CASTORO E VINCI, che coinvolge i clienti e tutti i punti vendita del brand fino al 15 Marzo 2006. Concept del concorso, creatività e sviluppo dei materiali sono stati curati da Proposte. Per la prima volta Castoro sfrutta le leve promozionali nella sua strategia di marketing, affiancato ancora una volta dall'esperienza di Proposte. La catena di gioielleria ha condiviso con l'agenzia, che da anni cura l'immagine del brand, tutte le dinamiche del concorso. "Ci è stato chiesto di studiare e sviluppare una promozione facilmente gestibile dai singoli punti vendita e di forte impatto visivo - afferma Fernando Pagliaro, direttore clienti di Proposte -. Abbiamo sentito l'esigenza di utilizzare uno strumento capace di premiare subito il consumatore, in modo ludico, diretto e trasparente. Così infatti è percepito il marchio Castoro. Conoscendo il vissuto del brand abbiamo individuato in questo concorso lo strumento di fidelizzazione, molto adatto al linguaggio comunicativo diretto e ironico usato da Castoro in questi anni. La promozione rientra in un progetto di marketing più articolato, mirato a rilanciare le private label di Castoro all'interno del punto vendita, anche grazie all'appeal dei premi messi in palio. Rafforzare l'immagine del brand, premiare la fedeltà dei clienti conquistandone di nuovi e supportare le vendite, anche in vista dell'imminente periodo natalizio, sono gli obiettivi del concorso CASTORO E VINCI". Il concorso, articolato con una meccanica promozionale di grande semplicità, punta sul coinvolgimento emozionale del destinatario dell'operazione, attraverso la messa in palio di ricchi premi. Con un acquisto minimo di 50 euro su uno o più articoli dei prodotti a marchio Castoro (Semi di Luna, Lilù, Incontri, Incanti e Meteore), il cliente riceverà uno "Strappa e Vinci" che gli offrirà la possibilità di vincere uno dei premi messi in palio: lettori mp3 Packard Bell, fotocamere digitali Kodak, Macchine del pane, televisori lcd da 15" Samsung... Gli strappa e vinci non vincenti, una volta compilati, potranno essere imbucati in un'urna posizionata all'interno del punto vendita per partecipare all'estrazione finale di una Fiat Panda. La redention e la fidelizzazione del cliente si dimostrano prioritari nelle dinamiche del concorso, che mira a coinvolgere i clienti dando centralità e visibilità ai punti vendita. La comunicazione ideata da Proposte ruota così attorno al momento decisionale dell'acquisto e vede il coinvolgimento diretto del negozio, nel quale sono opportunamente collocati differenti materiali POP (cartelli vetrina, cartello banco, vetrofanie, segnaprezzi, totem...). A supporto del concorso è stato dedicato uno spazio sul catalogo Castoro distribuito door to door ed un richiamo all'iniziativa è stato ripreso sulla campagna natalizia, in affissione dai prossimi giorni. Francesca Mariotti Ufficio stampa Proposte Via Beaulard 11 10139 Torino Tel. 011.7410785 Fax 011.7778746 www.proposte.it