

Claim the creative group firma la campagna DKN

Claim the creative group entra nel mondo dell'home fitness con la nuova campagna advertising per le pedane vibranti DKN, distribuite in esclusiva italiana da MH.

La creatività della campagna firmata Claim si sviluppa in quattro soggetti, a seconda del target d'età e dell'utilizzo della pedana: donna, uomo, la giovane coppia e la coppia over 60. Le immagini ritraggono i protagonisti mentre trascorrono una giornata di relax, dopo aver utilizzato solo per pochi minuti la pedana. Alberto Colla e Luca Terrazza sottolineano che per questo, l'headline del concept è: "10 minuti di pedana vibrante al giorno, per avere più tempo per voi". Oltre alla campagna advertising Claim ha realizzato per MH tutto il below the line, compresi i nuovi cataloghi dei prodotti distribuiti presso i punti vendita. Per la prima volta nel campo dell'home fitness inoltre Claim Net, web agency del gruppo Claim, ha ideato una guida tutorial interattiva in D.V.D., pensata per l'utente. Attraverso un pratico menù vengono esplicitate tutte le funzioni delle pedane DKN e le modalità di utilizzo. Senza bisogno di palestre o personal trainer è così possibile anche da casa eseguire tutti gli esercizi, anche i più complicati, semplicemente guardando la televisione. La campagna stampa delle pedane vibranti DKN è stata pianificata sui maggiori settimanali nazionali e sulle riviste di sport e salute: presente da ieri nei numeri di Chi, da domani sarà anche nelle pagine di Viversani&Belli. A queste presenze si aggiungono quelle su Starbene, Men's Health, Silhouette Donna, Come Stai, Donna in Forma, Ok Salute.

