

LG DUAL COOL: VINCI LA SFIDA CONTRO IL CALDO

La nuova campagna di comunicazione di LG mette alla prova due team di mastri cioccolatai in una sfida unica che mostra i vantaggi del nuovo prodotto

Milano, 11 luglio 2018 – **LG Electronics** presenta la nuova campagna di comunicazione volta a raccontare l'efficacia e le prestazioni eccellenti del nuovo climatizzatore **LG Dual Cool**.

La campagna, rivolta sia al **target B2B che agli utenti finali**, si pone un duplice obiettivo: da un lato aumentare la brand awareness del marchio per incrementare la domanda da parte del consumatore finale agli installatori; dall'altro rafforzare la lead acquisition presso installatori e tecnici per sviluppare nuove opportunità di business.

La campagna si sviluppa intorno al **video**, interamente realizzato dall'headquarter coreano dell'azienda, e declinato localmente attraverso il **concept**

“Con LG DUAL COOL, vinci la sfida contro il caldo”

Video YouTube



Protagonisti due team di mastri cioccolatai chiamati a sfidarsi in un'esperienza davvero unica: riuscire a costruire due torri di cioccolato in condizioni climatiche estreme. Il primo team ha a sua disposizione un ambiente climatizzato con LG Dual Cool, il secondo team un ambiente climatizzato con uno split tradizionale.

L'esito è prevedibile: grazie alle incredibili performance offerte da LG Dual Cool, i mastri cioccolatai del primo team lavorano in condizioni climatiche di massimo comfort vincendo facilmente la sfida.

A sostegno della campagna, LG ha attivato diversi canali di comunicazione che **includono stampa trade, un forte focus sul digital e iniziative di marketing automation.**

Parallelamente alla pianificazione sui media di settore, infatti, il video sarà oggetto di un'attività di **video seeding** sui canali **Facebook** e **YouTube** dell'azienda e di un'attività di display adv sui principali network del settore.

Completano gli investimenti sul fronte digital, un grande boost all'attività di **SEM** e l'attività di aggiornamento continuo delle **digital properties** locali tra cui il sito dedicato www.lgbusiness.it/ e il magazine lgmagazine.it.

Infine, per raggiungere con messaggi mirati e diretti installatori e rivenditori, sono state attivate iniziative di DEM e di Lead Acquisition campaign.

“Abbiamo attivato una strategia volta a presidiare tutti i touchpoint presso tutti i nostri interlocutori: consulenti, installatori, rivenditori e clienti finali” dichiara **Gianluca Fignini, Air Solution Director, LG Electronics Italia** *”In questa strategia, il digital gioca un ruolo fondamentale in quanto rappresenta un canale sempre più presidiato sia dai nostri consumatori che dagli interlocutori business”*.

Per maggiori info: <https://www.lgbusiness.it/dual-cool/>

###

LG Electronics Italia

LG Electronics Italia ha sede a Milano e opera nel mercato dell'elettronica di consumo. Al centro del mondo LG ci sono le persone perché grazie alla tecnologia è possibile migliorare la vita di tutti i giorni e tutti i prodotti LG sono progettati per essere accattivanti dal punto di vista del design e intuitivi, pur offrendo tecnologie e funzionalità che fanno risparmiare tempo, garantiscono il massimo risparmio energetico e contribuiscono a ridurre l'impatto sul mondo che ci circonda. Sono numerosi i prodotti di LG che incarnano lo spirito innovativo dell'azienda: primo fra tutti il TV OLED, il TV dal contrasto infinito che regala nero perfetto e colori perfetti. Nel 2016 è stato annunciato LG G5, il primo smartphone modulare al mondo, mentre negli anni precedenti sono stati introdotti sul mercato la lavatrice con tecnologia Turbowash, per lavaggi completi in meno di un'ora, il frigorifero Door in Door, il climatizzatore di design ARTCOOL Stylist e i monitor con display 21:9.

Per maggiori informazioni: www.lg.com/it, www.lgblog.it; www.lgbusiness.it

Contatti stampa

LG Electronics Italia

Giulia Balestrieri

Tel : 02.51801.453

giulia.balestrieri@lge.com

Noesis

Cristina Barelli – Federica Silva – Valentina Carabelli

Tel: 02. 8310511

lg@noesis.net

**Per saperne di più
visita**

www.lgnewsroom.it

e seguici su Twitter