

La nuova campagna ADV dell'Università IULM: linguaggio user-friendly e 'grammatica' rinnovata

Milano, 9 marzo 2010 – Carattere digitale, linguaggio user-friendly, forte apertura all'interattività: queste le linee guida che caratterizzano la **nuova campagna ADV dell'Università IULM** nata dalla creatività degli art e dei copy di Hi! Comunicazione e coordinata dal team di Cantiere, l'agenzia che gestisce a 360° le strategie di comunicazione dell'Ateneo.

Da tempo l'**Università IULM** segue un trend di comunicazione, teso a consolidare il proprio posizionamento sui territori di riferimento. L'affermazione della brand awareness ha tra l'altro consentito di intensificare i rapporti con istituzioni e stakeholders e di stringere partnership con realtà *best in class* con cui portare avanti importanti iniziative didattiche e progetti di ampio respiro.

Questa nuova campagna segna una **svolta decisa nei percorsi pubblicitari dell'Ateneo**.

"Tramontata la fase di consolidamento del brand IULM, oggi viriamo in maniera convinta verso un'ADV di prodotto pensato per comunicare, essenzialmente via web a un target di giovani e giovanissimi, un'offerta accademica sfaccettata e i relativi sbocchi professionali in ambiti di mercato stimolanti, internazionali e assolutamente ricettivi. Per farlo utilizziamo un linguaggio e una grammatica decisamente rinnovati. Anche i nuovi materiali informativi 'A tu per IULM', del resto, hanno subito un parallelo re-styling" - dichiara Lorenzo Macchi, presidente di Cantiere.



Alla base della campagna vi è l'obiettivo di coinvolgere i target di riferimento attraverso un **approccio pull** e non *push*. È proprio per (at)tirare e non spingere che sono stati progettati strumenti di comunicazione online capaci di fornire informazioni chiare e immediate e di sviluppare con i fruitori dei messaggi un meccanismo di dialogo accattivante. In tutto questo, l'interattività recita un ruolo fondamentale.

- Attraverso un banner si atterra inizialmente su una landing page dove si trovano informazioni sull'offerta didattica (con immediati rimandi ai singoli Corsi di Laurea) e sugli Open Day in programma nel 2010.
- Compilando un form e rispondendo a un test attitudinale, il navigatore può poi costruirsi la propria **Future Map**, ovvero il percorso universitario più consono alle sue caratteristiche e più in linea con le sue aspirazioni professionali.

"È una questione di DNA accademico: in tutta Italia e ormai anche oltre confine, la nostra è conosciuta come l'Università della Comunicazione. Ci risulta naturale rinnovare periodicamente il nostro linguaggio per sintonizzarci con un pubblico giovane e di conseguenza in perenne evoluzione. Quotidianamente dialoghiamo con una fascia di popolazione di 18-25enni che ormai vive i media digitali come prioritario, se non addirittura unico, canale di informazione e di interscambio di conoscenze. Sta tutto qui il senso di questa nuova campagna ADV decisamente web oriented" - rimarca Giovanni Puglisi, rettore dell'Università IULM.

Per lo meno inizialmente, il lancio della campagna è concentrato sui principali siti di riferimento per gli studenti che si apprestano ad affrontare le scelte sul proprio futuro universitario. In fase di pianificazione, sono stati presi in considerazione anche i più frequentati social network della Rete nonché i grandi portali d'informazione e quelli connessi alle quattro Facoltà dell'Ateneo (Interpretariato, traduzione e studi linguistici e culturali – Comunicazione, relazioni pubbliche e pubblicità – Turismo, eventi e territorio – Arti, mercati e patrimoni della cultura).

PER INFORMAZIONI:

Cantiere di Comunicazione – Ufficio Stampa Università IULM
Francesco Pieri
Tel. 02.87383180 – 347.9648650
f.pieri@cantierecomunicazione.com

LA CAMPAGNA IN PILLOLE

“La massa di dati che siamo costretti a elaborare giornalmente nella cosiddetta società dell'informazione è davvero immensa. Quotidianamente veniamo raggiunti da ondate di dati che sarebbero ‘indigeribili’ senza un processo di semplificazione. È per questo che, a monte dell'intera campagna, abbiamo ritenuto fondamentale adottare un sistema capace di presentare i messaggi in maniera sintetica e user-friendly” - sottolinea Emilio Haimann, presidente di Hi! Comunicazione.

PRODOTTO	IULM – CAMPAGNA OPEN DAY
CLIENTE	IULM
TITOLO CAMPAGNA	<i>SCOPRI COS'HAI IN TEST</i>
AGENZIA	HI! COMUNICAZIONE
PRESIDENTE	EMILIO HAIMANN
DIRETTORE CREATIVO	MARCO RAVANETTI
COPY WRITER	GIACOMO PELLIZZARI
ART DIRECTOR	LUIGI LONGOBARDO
MEZZI	WEB
IN ONDA DAL	13 MARZO 2010