

SUCCESS STORY

Giorgio Armani

Uso de un chatbot de Facebook personalizado para promocionar Giorgio Armani



CLIENTE

Giorgio Armani inició un proyecto cinematográfico anual titulado Films of the City Frames, donde los estudiantes de cine de todo el mundo se unieron para crear cortometrajes en base al concepto creado por Giorgio Armani para la promoción de su colección de gafas: Frames of life.



OBJETIVO

El objetivo de Giorgio Armani para esta campaña era el de animar a un voluminoso conjunto de usuarios jóvenes a que visitaran la plataforma digital creada por la marca para el South by Southwest Conference & Festival de Austin, Texas, fortaleciendo así el reconocimiento de marca del proyecto.

El objetivo era el de conectar con los usuarios más jóvenes que podían estar interesados en la industria digital y las nuevas tecnologías, haciendo uso de una de las innovadoras herramientas de Facebook: los chatbots.

ESTRATEGIA

Adglow trabajó con Giorgio Armani para desarrollar una de las primeras campañas de Facebook Messenger Chatbots, invitando a los espectadores a explorar nuevas formas de visualizar Films of City Frames. Al descargar el bot de Giorgio Armani, los usuarios podían participar en un concurso y ganar un par de gafas de la colección de su marca, así como acceder a eventos en tiempo real a través de la tienda online. Adglow condujo el tráfico para la campaña haciendo uso de formatos como Facebook Page Post Video y Page Post Link Campaigns. La campaña dirigía a los usuarios a la landing page donde se encontraba el Messenger del Chatbot, geolocalizado con las principales ciudades de Estados Unidos para segmentar audiencias de entre 21 y 55 años, apasionados de las tecnologías, música y cultura, es decir, todos los intereses alineados con la audiencia deseada para el evento.

