

SVITOL È FUN-ZIONALE SUI SOCIAL CON HUB09

A seguito di una consultazione svoltasi nella seconda parte del 2018, HUB09 si è aggiudicata la comunicazione social del più celebre brand di lubrificanti multiuso.

La strategia social ideata da HUB09 ha come obiettivo presentare Svitol come “il problem solving più FUN-zionale che ci sia”. L’accento sull’aspetto FUN rispecchia la personalità del brand, il suo essere geniale e anche un po’ irriverente. Un approccio amichevole, volto a creare una forte empatia con il pubblico, per raccontare in modo leggero ma approfondito i tantissimi utilizzi della gamma prodotti. Su Facebook, il focus su funzionalità e applicazioni è quindi associato a un maggiore dinamismo dei contenuti, con un tono di voce più giovane e ingaggiante.

Per quanto riguarda Instagram, ogni settimana lo storytelling di prodotto si concentra su un’unica referenza, utilizzando immagini d’impatto che evocano gli ambiti di utilizzo in modo coerente alle logiche del canale (cura degli scatti, utilizzo hashtag, ecc.).

Oltre ai social, HUB09 ha inoltre realizzato alcuni video per la recente convention nazionale ed è attualmente al lavoro sul restyling del website.

«Svitol è un prodotto iconico – spiega il direttore creativo di HUB09, Diego Braghin – con oltre 80 anni di storia ed è ormai riconosciuto come un vero sinonimo di categoria. La comunicazione social vuole definire un carattere ancora più marcato, ribadendo in ogni contenuto la sua expertise e efficacia. Anche se si tratta di un prodotto molto conosciuto, le persone ancora si stupiscono per i tanti utilizzi cui Svitol si presta: attraverso Facebook e Instagram abbiamo l’opportunità di raccontarlo nei dettagli, con tutta la simpatia che da sempre questo prodotto porta con sé».