

YALE VA ON AIR CON LA NUOVA PUBBLICITÀ “LA SICUREZZA RESA SEMPLICE”

La campagna multicanale è attiva in diversi Paesi della regione EMEA



Yale va on air con una **pubblicità dedicata al lancio sul mercato dei prodotti smart per la sicurezza domestica** di nuova generazione. La **campagna multicanale** “La sicurezza resa semplice” è attiva attualmente in diversi Paesi della regione EMEA.

La comunicazione è stata creata dall'agenzia **Svedese Valtech Radon**, in collaborazione con il Marketing team interno di Yale. L'attivazione è pianificata individualmente da ogni regione, e le responsabili in Italia sono Roberta Pezzi, E-Commerce & CRM Manager e Sivia Pacini, Marketing & Communication Manager Italy & Greece.

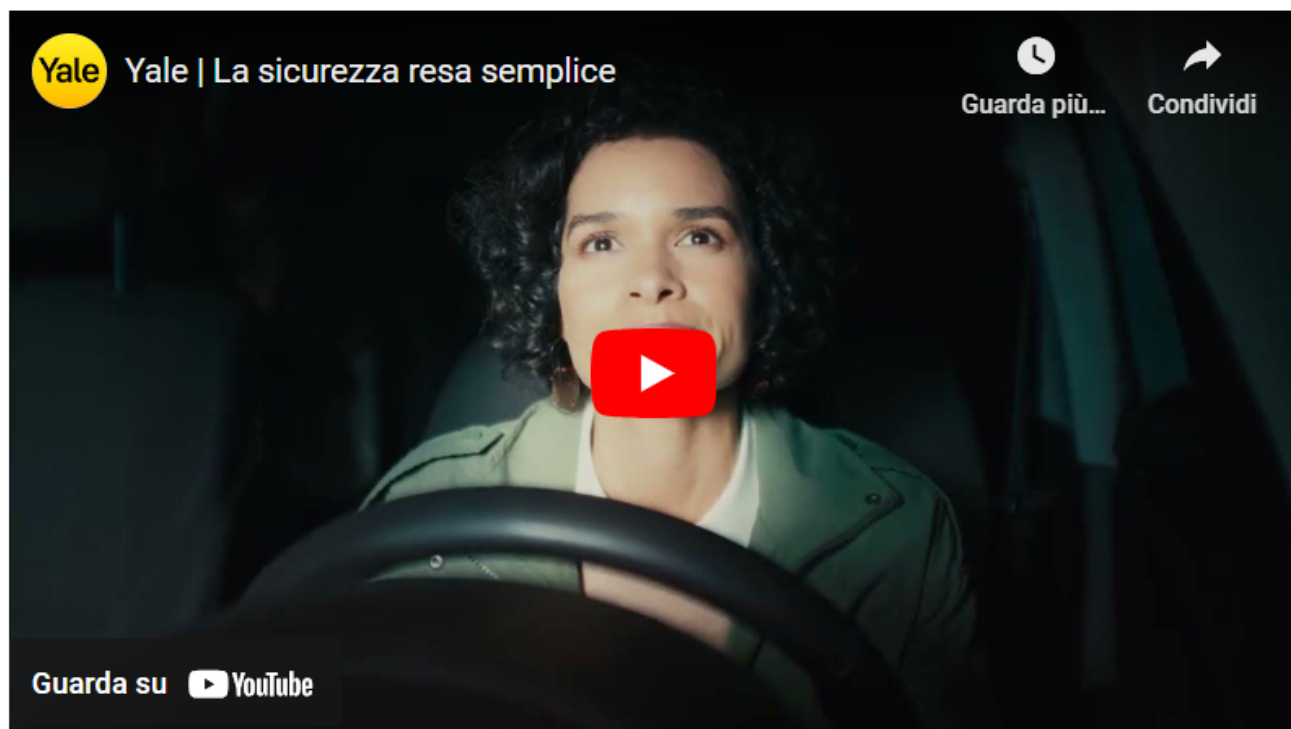
[Clicca qui](#)

“La sicurezza resa semplice” è stata supportata da un sondaggio commissionato da Yale per conoscere le abitudini dei consumatori in merito alla sicurezza in tutta Europa, per scoprire fino a che punto è disposta a spingersi una persona per sentirsi sicura in casa propria.

La campagna pubblicitaria si sviluppa su più soggetti per mettere in evidenza i comportamenti dei 5 personaggi per proteggere la propria abitazione.

Per esempio, c'è chi predispone delle trappole in giro per la casa, chi addestra un cane da guardia, chi rinuncia ad avere oggetti in casa pur di non lasciare cose da rubare ai ladri e chi decide di lasciare sempre una luce accesa per sentirsi più tranquillo quando esce. Fino alla decisione di adottare i sistemi di sicurezza Yale.

Guarda lo spot:



[Clicca qui](#)

“La campagna “La sicurezza resa semplice” evidenzia come i nuovi prodotti smart di Yale, ovvero lo Smart Lock Linus L2, l’Allarme Smart, il Campanello Smart e la gamma di Telecamere Smart, eliminino il bisogno di ricorrere ai cosiddetti rimedi estremi. Con Yale sarà più facile sentirsi sicuri in casa propria, e il senso di tranquillità che ne deriva è dato dall’uso di dispositivi controllabili comodamente dall’app Yale Home” spiega la nota stampa.

La campagna, in Italia, verrà principalmente promossa tramite Google Ads, YouTube, e sui social, mentre in altri mercati verranno sfruttati anche altri media (Radio, in Finlandia, Outdoor Advertising in Spagna e Germania, Digital TV in Spagna, oltre ad una forte componente di Media Relations ed Influencer Marketing).