Coca Cola va alla conquista dei giovani con il progetto Woah

woah-website-600x400-6a79761e

Che siano centennial (di età 13 e i 19 anni) o millennial (20-35 anni), i giovani hanno fame di contenuti digitali e non si separano mai dai loro telefoni. La loro shopping experience ideale è un misto di intrattenimento e informazione condita dai social. Parte da qui la decisione di Coca-Cola di lanciare app e sito *Woah* (acronimo di Where Only Awesome Happens), nuovo servizio dedicato ai giovani che unisce contenuti multimediali (come articoli, foto, video, live streaming di eventi) a elementi interattivi.

L'idea di fondo - spiega il sito specializzato Engage - è la condivisione di storie, di opinioni, di esperienze raccontate dai ragazzi per i ragazzi, tutto attraverso una serie di rubriche tematiche. Così, per chi sta organizzando un viaggio in una città europea o italiana, con "*Love this*" sarà possibile scoprire gli aspetti meno noti del luogo dalla voce degli abitanti. In "*Wots*" (Words on the streets) youtuber internazionali girano per la strada e coinvolgono i passanti in trucchi di magia, rap improvvisati, candid camera tutti da ridere. "*You can too*" raccoglie le storie di ragazzi che hanno inventato una professione particolare o che fanno un lavoro tra i più attuali, come fashion blogger, instagrammer, fotografo, regista di video musicali. "*Squad goals*" segue tre ragazzini nerd tra le università e i centri di ricerca di tutto il mondo alla scoperta delle innovazioni sul futuro.

Inoltre, su Woah saranno disponibili experience da vivere con i talent musicali più apprezzati d'Italia e contenuti che sveleranno particolari inconsueti. Sarà anche possibile accedere a sconti speciali e vincere biglietti per l'I-Days Festival e altri concerti.