Glovo celebra il delivery con un nuovo spot ed iniziative speciali

glovo-spot-settembre1-1db12b9b

Ordinare con il delivery is the new cucinare. Un leitmotiv che contagia un italiano su due per una cena in coppia o con amici, come testimoniano i dati Nielsen. Glovo e McDelivery seguono questa tendenza con una serie di investimenti congiunti: consegne gratuite per l'autunno e una campagna digital per consolidare la partnership tra i due brand. Servizi più convenienti e azioni di comunicazione sinergiche: il delivery è il miglior amico di chi abita in città e per rispondere alle innumerevoli esigenze dei suoi utenti e premiarne la fedeltà, Glovo e McDonald's si uniscono con una serie di iniziative speciali e una campagna di comunicazione multicanale.

Tra fornelli e ristorante, gli italiani scelgono il delivery. A testimoniarlo i dati Nielsen.
L'indagine di Nielsen parla chiaro gli italiani amano le app di delivery e più che stare dietro ai fornelli ben 1 italiano su 2 predilige ordinare a domicilio, attraverso nuovi servizi come Glovo, che accorciano a "un paio di clic" la distanza con il proprio piatto preferito. Che si tratti di una cena con la propria dolce metà (42%) o una serata tra amici (25%), il delivery è preferito per comodità (76%), velocità (37%) e divertimento (15%) sia al cucinare che all'uscire a cena, fornendo un ottimo compromesso per non rinunciare all'atmosfera intima della dimensione domestica e al contempo optare per una soluzione pratica e di qualità.



La case history Glovo - Mc Donald's

Un mercato in forte espansione, che ha ricevuto una forte spinta anche grazie all'ingresso di grandi gruppi di ristorazione come McDonald's e che per questo motivo necessita di diversificazione unita ad azioni speciali per conquistare l'ampia fetta di clienti potenziali e al contempo fidelizzare gli users attivi. Per questo il brand americano e Glovo, l'app che consegna qualunque prodotto e primo partner

strategico di McDonald’s in Italia, hanno deciso di attivare una serie di azioni volte a premiare gli utenti e attivarne di nuovi, oltre che una campagna di comunicazione integrata per aumentare l’awareness della partnership verso il cliente finale.

Manifesti digitali: Glovo celebra la partnership vincente con un nuovo spot online.
Una sinergia vincente quella con McDonald’s, che Glovo ha deciso di celebrare anche attraverso la nuova campagna digital on air da domenica 16 settembre: uno spot da 20’’ firmato dall’agenzia Drop & Vase che delinea Glovo come problem solver attraverso spaccati di vita quotidiana di una giovane coppia e che si conclude con un frame di 5” in chiusura dedicato al servizio McDelivery. La campagna persegue la strategia ideata dall’agenzia Zenith ed è attiva sui network di Mediaset online, Rai e sky.it, oltre che sui canali social attraverso attività di programmatic.

Un piano di comunicazione che rientra in un calendario ricco di azioni volte a veicolare McDonald’s come uno dei key partners di Glovo e a supportare la speciale promo attivata dal brand americano a partire dal 15 settembre: consegne gratuite per tutti gli utenti che utilizzano il servizio McDelivery fino al 15 ottobre. La promozione è supportata anche dalla comunicazione di McDonald’s, attraverso un progetto mediatico strutturato a 360° attraverso affissioni, BTL, stampa e digital.