Poke House sceglie Aryel per inaugurare il nuovo store in Romania

poke-house-abed28f2

In occasione dell'inaugurazione del nuovo flagship store di Bucharest in Romania, Poke House ha scelto Aryel per sviluppare e condividere un’esperienza di gamification online altamente ingaggiante con l’obiettivo di portare gli utenti nello store fisico. Una campagna di marketing in WebAR diventa così un potente mezzo per portare i clienti dall’online all’offline.

«Le esigenze di Poke House erano molteplici: anzitutto far conoscere un prodotto considerato come nuovo in un mercato che in cui le Poke sono ancora un trend emergente, poi ovviamente presentare e far conoscere il Brand e poterlo associare immediatamente ad una Brand experience di livello premium sia online che offline, offrendo un prodotto qualitativamente alto. È questo che ci ha spinti a pensare in grande e grazie ad una campagna in top view su TikTok abbiamo puntato sulla gamification: la strada migliore per concentrare in pochi secondi tutti i nostri asset e obiettivi», come spiega **Fabio Invernici**, Head of Digital Marketing in **Poke House**.

L'esperienza di gamification è arricchita da contenuti e animazioni 3D per **migliorare il coinvolgimento e l'interattività**. Il quiz in realtà aumentata consiste in 4 domande sul mondo delle Poke; l’utente inclina la testa a destra o a sinistra per far apparire sullo schermo del contenuto 3D animato che si compone man mano che si procede con l’esperienza. Al termine del quiz l’utente scarica direttamente su smartphone un badge dedicato che permette di riscattare una promozione nel nuovo flagship store di Poke House.

«Il punto di forza del quiz, condiviso sui social media del brand» spiega **Davide Bettinelli** Project & Partnership Manager in Aryel, *«è coinvolgere l’utente grazie all’approccio multi scene, che facilita la reiterazione dell’esperienza, stimolando a tornare più volte e scoprire così tutte le combinazioni possibili».*

I **risultati sono stati particolarmente incoraggianti**: oltre alla raccolta di moltissimi nuovi lead nel mercato di riferimento, la campagna su TikTok ha raccolto **più di 204mila interazioni in un solo giorno**. Grazie a questi risultati Poke House e Aryel sono stati selezionati per partecipare ai TikTok Awards.