La cassa diventa un POS, parte la nuova campagna di RCH

2-2682a38c

CH torna in pubblicità. Ieri, 3 novembre, è partito il piano di comunicazione integrato che ha come soggetto RCH Pay, il sistema di pagamento che trasforma i registratori di cassa in veri e propri POS in grado di accettare, attraverso un semplice smartphone, i pagamenti digitali dei clienti.

Lo spot televisivo da 30” risponde all’esigenza del brand di comunicare i **vantaggi di questo innovativo sistema di pagamento** che **non prevede costi di attivazione e nessun canone mensil** e.

[embed width="560"]https://www.youtube.com/watch?v=BttJhlLVJhs[/embed]

La narrazione della campagna RCH gioca sul **parallelismo tra chiarezza e contemporaneità**: le due parole d’ordine selezionate dal giovane e dinamico team creativo che ha realizzato lo spot. È stato scelto il **concept illustrato**, ideale per trasferire molteplici informazioni in poco tempo e a diversi target di pubblico, sia come professione che come fascia d’età. A uno **stile semplice, moderno e inclusivo** è stato poi abbinato uno storytelling chiaro e immediato, in grado di fare sentire rappresentate diverse categorie commerciali.



Il nuovo commercial fa parte di una più ampia pianificazione

che prevede una **sinergia di mezzi** per raggiungere un target molto ampio, tra cui una campagna

digital video e tabellare di 2 settimane sui circuiti News e People Network di Mediamond, integrata da un’ampia programmazione su testate web e print del settore foodservice. La campagna di comunicazione RCH comprende, inoltre, 390 spot radiofonici da 15” che saranno on air per 2 settimane su diverse emittenti locali e nazionali, tra cui 105, Radio Montecarlo e R101. Il concept creativo della campagna è stato realizzato da Applied Interactive, mentre l’intera pianificazione media è a cura di Pragmatika.

La campagna RCH si arricchirà **a gennaio** di altri flight di comunicazione sulle principali testate sportive digitali.

“L’obiettivo di questa campagna è trasferire, utilizzando un tono vivace lontano dal linguaggio tradizionale, tutte le potenzialità della nuova frontiera dei pagamenti del futuro, sempre più semplici e immediati. Proprio in quanto si tratta di una reale evoluzione nel settore dei digital payment, anche realtà di primo piano come VISA hanno creduto nella validità della nostra nuova soluzione accompagnandoci nelle attività di promozione. Per la nostra campagna abbiamo scelto lo stile illustrato perché permette di comunicare in modo più veloce ed efficace le funzionalità di RCH Pay, facendo comprendere immediatamente quali sono i vantaggi della nostra nuova soluzione che rivoluziona il mondo dei pagamenti digitali”, ha commentato **Nicola Cassoli**, Direttore Commerciale e Marketing di RCH S.p.A.