Norwegian airlines si promuove su Instagram con un "rebus"

Un nuovo **volo da Copenhagen a Las Vegas** annunciato su Instagram come una serie di emoji (meglio note in Italia come "faccine") da inserire al posto del consueto indirizzo web. E' la sfida lanciata in Danimarca da **Norwegian airlines** per coinvolgere i Millennials, termine con cui si indica la fascia di età dei nati dal 1980 al 2000.

Una sfida che da desktop può sembrare impossibile ma che se si naviga da mobile è abbastanza semplice da realizzare. Così si spiega l'utilizzo di **Instagram** come social network, sia per il target che lo frequenta che per la sua naturale vocazione ad essere usato da smartphone.

Il gioco non è stato postato dal profilo ufficiale di Norwegian airlines su Instagram ma da **8 influencer danesi**, tra cui un calciatore, un produttore di musica, modelle e blogger. I post hanno generato un totale di 4171 like e raggiunto un'audience complessiva di oltre 500.000 persone. Infine sono stati oltre **1600 le visite al sito** utilizzando la combinazione di caratteri grafici richiesta. Se volete visitare la pagina web e non riuscite a digitare la combinazione di caratteri, lo trovate cliccando qui.

A questo link invece potete vedere uno dei post che sono stati fatti per promuovere l'iniziativa. Da notare anche l'utilizzo trasparente di Instagram per fini promozionali utilizzando un hashtag che dichiara a tutti come si tratti di un **post sponsorizzato**.