



CASO DE ÉXITO CALVIN KLEIN

SOLUCIONES DE NEOADVERTISING PARA RETAIL

EL CLIENTE

Calvin Klein, referente mundial en el mundo de la moda y el textil, desarrolla **una nueva línea de negocio** dentro de su apartado de belleza de la mano de la multinacional cosmética francesa COTY . Se trata de la gama de cosméticos de reciente creación Calvin Klein One.

EL DESAFÍO

Exclusividad y transgresión son los valores principales de este lanzamiento. **El Corte Inglés** es el punto de venta escogido para la venta en exclusiva de esta edición especial de maquillaje de Calvin Klein. Lograr una comunicación más atractiva y dinámica, para llegar a un consumidor joven y exigente, son las claves de este proyecto de digital signage.

LA SOLUCIÓN

Neo Advertising destaca, desde el diseño del proyecto, la importancia de la espectacularidad de los formatos, contenidos y soportes. Por este motivo, se instalan un total de **cuatro pantallas LED** de 32" y un **videowall** en los centros de El Corte Inglés de Madrid, Barcelona, Valencia, Santander y Valladolid.

Los contenidos para este lanzamiento **se adaptaron específicamente para el medio del digital signage en punto de venta**. Julio Pla, Creative Manager de Neo, resalta del trabajo creativo realizado: "recibimos y captamos los insights de la campaña original para poder comunicar las mismas emociones mediante un ritmo narrativo adaptado al medio".

Para llevar a cabo la gestión de los contenidos se apuesta por la tecnología de CISCO AppSpace. Estas soluciones se caracterizan por su versati-

lidad en distintas terminales digitales, así como su facilidad de uso para desarrolladores, content managers y administradores de IT.

¿POR QUÉ NEO ADVERTISING?

Como empresa experta en soluciones de digital signage en punto de venta y retail, Neo Advertising no sólo coordinó la instalación de los soportes publicitarios en los corners de El Corte Inglés, si no que desarrolló la labor de estrategia, creación y adaptación de la campaña publicitaria para el medio del digital signage. Como destaca el director del proyecto, Diego Lopez de Lamadrid “este despliegue supone una mejora de la comunicación de la marca en el punto de venta, al poder, por ejemplo, emitir en tiempo real ofertas o promociones de interés”.

LA TECNOLOGÍA

- 4 pantallas LED de 32”
- 1 videowall vertical
- AppSpace