

## Advertising Ayay: Yamamay e IDT insieme per il lancio della prima linea cosmetica dedicata alla zona v

Una strategia cross-marketing per il digital brand cosmetico per le parti intime femminili: la campagna web è stata curata da Brandsdistribution

IDT, hub di innovativi progetti digitali italiani, e Yamamay, brand di intimo e beachwear, lanciano Ayay, il primo digital native brand cosmetico per le parti intime femminili. La strategia di comunicazione del brand, in vendita unicamente sul web, si declina sia sul canale digital sia su quello

tradizionale. La campagna di lancio prevede una massiccia comunicazione digital: social network strategy (Facebook e Instagram), web adv, influencer placement e

la presenza dei prodotti Ayay sulla piattaforma Letsell, l'innovativo tool tech di social e-commerce che trasforma gli oltre 40.000 iscritti alla piattaforma in ambasciatori digitali del brand.

Il tone of voice della comunicazione, ironico e dissacrante, gioca sul concetto di bellezza intima.

### DAL DIGITAL AI PUNTI VENDITA E RITORNO

Alla comunicazione digital si affiancano la attività di instore promotion: l'acquisto sul sito www.

ayay.com dei prodotti sarà traghettato dal materiale pop che verrà consegnato a tutte le clienti negli store Yamamay di tutta Italia, un'operazione che permette alle prime 100.000 clienti che si iscriveranno al sito di ricevere in omaggio il Patch Parti Intime Post Depilazione e da una promo, attiva fino a fine luglio, dedicata alle clienti Yamamay le quali riceveranno in negozio una gift card omaggio del valore di 30 euro per il primo acquisto. Creatività e pianificazione sono a cura del cliente.

