

Come risolvere il problema del fare la spesa con bambini al seguito, spesso difficili da gestire all'interno di una grande superficie? Come trasformarlo in un prezioso strumento di fidelizzazione e di potenziale new business? PTA Group, società da oltre vent'anni specializzata nei servizi di marketing per i centri commerciali, le aziende e i grandi marchi, ha puntato sull'innovazione e sulla creatività. Risale a fine anni Novanta il lancio di Boobaloo, l'inimitabile macchina-carrello - brevettata in Europa e Usa - divertente, maneggevole e sicura, che ha rivoluzionato lo shopping delle famiglie nei centri commerciali. A dieci anni di distanza da quel successo clamoroso, PTA Group presenta BabyBoobaloo, moderna reinterpretazione di Boobaloo, ideata strizzando l'occhio ai punti di vendita di dimensioni più contenute, a cominciare dai supermercati. Infatti, si tratta di una nuova, simpatica macchinina che si fissa sui carrelli della

PTA GROUP

BabyBoobaloo: l'innovativa "macchinina" per i carrelli che rende più allegra e serena la spesa al supermercato

Baby boobaloo
the original



spesa al posto del tradizionale seggiolino. La mission fondamentale, naturalmente, è quella di rendere felici i bambini e tranquilli i genitori durante la loro spesa, attraverso una soluzione pratica e sicura, che può nel contempo rivelarsi uno strumento di marketing e comunicazione. Vediamo come.

Alta qualità e forte innovazione

Protetto da brevetto internazionale per

invenzione industriale, BabyBoobaloo è una vera e propria automobilina - dotata di tutti gli accessori: cinture di sicurezza, volante con clacson, vani portaoggetti e portabottiglie/biberon, design accattivante con colori brillanti - fatta apposta per calamitare l'attenzione dei bambini, farli giocare in tutta sicurezza, mentre i genitori si occupano della spesa. Proprio alla sicurezza è stata riservata un'attenzione

particolare. Infatti, la struttura e il sistema di fissaggio rispondono alle normative internazionali sui giocattoli per bambini e rendono BabyBoobaloo - provvisto di marcatura Ce - compatibile con tutti i carrelli spesa. Ecco perché può essere utilizzato anche in presenza di corsie di ridotte dimensioni. Un altro grande plus di BabyBoobaloo è il fatto di non limitare lo spazio all'interno del carrello. La capacità di carico di spesa risulta pressoché immutata, mentre il bambino non arriva a toccare con i piedi i prodotti, a tutto vantaggio della loro igiene.

Come si utilizza. I carrelli provvisti di BabyBoobaloo si trovano in una "stazione di parcheggio" che richiede minimo spazio e rende subito riconoscibile il servizio all'interno del pdv. In genere, il noleggio ha un costo minimo per il cliente: qualora il retailer decida di erogarlo gratuitamente, un cartello ne illustra comunque le caratteristiche, esplici-



Foto di Andreas Grisebach

Idee e strumenti per fare crescere il moderno retail

PTA Group è il frutto dell'esperienza di un pool di professionisti con una vasta esperienza nel campo dei servizi per i centri commerciali, decisi a mettere in comune idee, passione e creatività per ideare e realizzare eventi, promozioni, attività di marketing e comunicazione innovativi ed efficaci. L'obiettivo è duplice: da un lato, entrare in partnership con il centro commerciale, creando servizi per bambini e famiglie al fine di fidelizzare la clientela; dall'altro, progettare, coordinare e gestire iniziative di marchi internazionali, interessati a entrare in contatto con i visitatori dello shopping center. Oggi PTA Group è attiva in oltre 500 centri commerciali fra Italia, Europa e Stati Uniti.

tando la decisione della catena di offrirlo gratis. Il servizio è gestito dal personale del box informazioni o della cassa centrale del punto di vendita.

Le potenzialità di BabyBoobaloo

Se BabyBoobaloo centra in pieno l'obiettivo di attrarre i bambini e consentire agli adulti di fare la spesa con serenità, è innegabile che la novità di PTA Group serba grandissime potenzialità sul piano del marketing e della comunicazione.

Il servizio, infatti, può essere implementato con l'inserimento del programma all'interno del sistema di Fidelity Card studiato appositamente per fidelizzare il cliente all'utilizzo della BabyBoobaloo e quindi al punto di vendita. In questo senso, è possibile studiare meccanismi di fidelizzazione e

Sulla scia del consolidato successo di Boobaloo nei centri commerciali, arriva BabyBoobaloo, la "macchinina" ideata per i carrelli dei punti di vendita della gdo. Facile, versatile e sicura, BabyBoobaloo è una gioia per i bambini e consente agli adulti una spesa serena, trasformandosi in strumento di traffico e fidelizzazione.



incentivazione che coinvolgono direttamente il pdv, oppure integrazioni tra la Fide-

lity Card della BabyBoobaloo e quella del pdv ove presente. C'è di più: la Fidelity Card

di BabyBoobaloo, infatti, può essere integrata anche a operazioni di co-marketing legate ad aziende di largo consumo o società di servizi, che assumerebbero così la veste di sponsor, beneficiando del traffico generato dall'utilizzo del carrello.

Tutte queste possibili iniziative, oltre al regolamento per il corretto utilizzo del servizio e alle condizioni e istruzioni per il noleggio, sono chiaramente illustrate nella "stazione di parcheggio".

BabyBoobaloo, insomma, si propone come una novità assoluta, a livello internazionale, nel panorama dei servizi al retail. Vera e propria "calamita" per i bambini, si traduce in un vantaggio per la famiglia e per il punto di vendita, che ottiene maggiore traffico e fidelizzazione, beneficiando di ricavi extra derivati dal servizio stesso. Dopo i positivi test effettuati lo scorso anno, BabyBoobaloo è già presente nei pdv di alcuni grandi retailer: PTA Group è convinta che potrà percorrere la strada del successo che ha caratterizzato Boobaloo e il suo "mondo".

"Boobaloo World": un mondo di prodotti e servizi

In poco più di un decennio, il progetto Boobaloo si è rivelato una vera e propria case history di marketing, all'insegna di quei valori - qualità, efficienza, innovazione - che sono alla base del successo di PTA Group. Infatti, a partire all'inimitabile macchina-carrello, ha preso vita tutta una serie di prodotti e servizi all'interno dei centri.

Tutto ruota attorno a due brand: accanto a Boobaloo, è nata infatti la mascotte Baboo, il simpatico orsetto che conduce la macchina Boobaloo in mille avventure. Da qui la creazione del "Boobaloo World", un mondo di divertimento per i più piccoli, aperto a molte opportunità di marketing e comunicazione. Per cominciare, macchina e carrello possono essere sponsorizzati e personalizzati in base alle esigenze dell'azienda. Ma l'elemento fondamentale è la *Casa di Baboo*,



un format di spazio assistito e sicuro che intrattiene i piccoli visitatori.

Tra le ultime novità, *MyBaboo* non è solo uno "shop in shop" antistante lo spazio bimbi, ma un vero percorso esperienziale, attraverso il quale il bambino può creare il proprio peluche. *Baboo Safety* è invece un braccialetto per la sicurezza dei piccoli clienti del centro commerciale;

Sorridi a Baboo è una simpatica macchina erogatrice di foto; *Canta con Baboo* è un cd musicale in cui le canzoni sono personalizzate tutte con il nome del bambino; infine, il *Treno di Baboo* è un coloratissimo treno che può viaggiare all'interno del centro commerciale. Tutti questi strumenti sono sponsorizzabili e personalizzabili da aziende sponsor: un modo originale per fare comunicazione, creare traffico e fidelizzazione.



PTA Group srl
Strada Cerca, 4
20090 Settala (MI)
Tel. 02.9507521
Fax 02.95770390
www.ptagroup.it
www.boobaloo.net
info@ptagroup.it