McDonald’s lancia la nuova modalità d'ordinazione via app

kv2-cs-mcd-app-7ccfe4d9

McDonald’s si è avvalsa dell’expertise di Leo Burnett, partner creativo e strategico, per lanciare sul mercato italiano la nuova modalità di ordinazione in App che permette di ordinare e pagare da mobile in modo comodo e facile lasciando ai clienti la scelta di ritirare l’ordine al banco, al tavolo oppure al parcheggio, e rendendo l’esperienza da McDonald’s più semplice che mai.

Per l’occasione Leo Burnett, agenzia creativa parte di Publicis Groupe, ha disegnato una **strategia di comunicazione a 360 gradi**, dalla User Experience alla campagna adv, volta a rendere famigliare il nuovo servizio presso un pubblico ampio, **rafforzando il posizionamento di McDonald’s** come brand capace di regalare momenti piacevoli e offrire soluzioni concrete per ottimizzare il tempo da passare insieme.

La User Experience in App è stata **completamente ripensata sulla base di un attento studio del comportamento degli utenti** con l’obiettivo di ottimizzare la navigazione e integrare la nuova funzionalità di mobile order mettendone in evidenza i vantaggi quali la comodità, il maggiore tempo a disposizione e la calma nello scegliere il menù preferito.

Allo scopo di incentivare l’utilizzo della nuova modalità, sono state **implementate diverse attività di education**: dai tutorial e materiali pensati ad hoc per essere veicolati nei ristoranti alla campagna di digital e social advertising. Fuse, unit OMG specializzata in branded entertainment, si è occupata dell’amplificazione del progetto attraverso la progettazione e la produzione di **una campagna di influencer marketing** volta ad intercettare differenti segmenti di target su tre diverse piattaforme social: YouTube, Instagram e TikTok.

La finalità educational è stata perseguita anche attraverso un **progetto speciale realizzato ad hoc con Radio DeeJay** e coordinato da OMD, volto a comunicare in maniera unconventional le funzionalità della nuova modalità di ordinazione in app.

Dal 22 luglio è on air la campagna di comunicazione omnicanale in TV su tutti i principali canali nazionali (DTT e Sat) con formati da 30'' e 15'', digital e social, sempre con la firma di **Leo Burnett**. La pianificazione è curata da OMD.

[embed width="560"]https://www.youtube.com/watch?v=wZ0eFDizhFQ[/embed]

Il film magistralmente **diretto da Paolo Genovese** racconta una scena di vita vera, famigliare, ritratta con estrema spontaneità: da McDonald's, grazie alla nuova modalità di ordinazione in App, anche le situazioni più complesse si risolvono con semplicità e leggerezza mettendo d'accordo tutti. La casa di produzione è The Family.