

**TOSHIBA**  
Leading Innovation >>>

# CASE HISTORY

*Below The Line in Treno  
T-Biz*

We Make our **Clients** reach their **Target**

**CBS**  
OUTDOOR

# Il brief del Cliente



## ❑ Obiettivo

- ✓ Comunicare e descrivere le caratteristiche tecniche delle 4 versioni del nuovo Notebook Toshiba **Portégé R500**, promuovendo un'offerta esclusiva dedicata ai passeggeri del T-Biz

## ❑ Target

- ✓ Businessmen che utilizzano per motivi di lavoro un pc portatile che debba essere potente (grande autonomia della batteria) e funzionale (leggerezza)

## ❑ Azione

- ✓ Distribuzione di cartoline informative e dimostrazione di prodotto



# La soluzione di CBS Outdoor

CBS Outdoor ha curato e gestito l'**attività di distribuzione e prova prodotto** attraverso il supporto di hostess preparate a bordo del Treno T-Biz lungo la linea Milano-Roma



## Piano di Distribuzione

### Timing

10 giorni distribuiti in 2 Settimane

15-16-17-18-19 e 22-23-24-25-26 Settembre 2008

### Mezzi

Distribuzione cartoline informative e prova prodotto sul T-Biz in servizio:

- ✓ da Milano a Roma
- ✓ e da Roma a Milano



# I numeri dell'Attività

## Turno Hostess da Milano

## Turno Hostess da Roma

### t-Biz MILANO - ROMA

Treno	Staz. Partenza	Ora	Staz. Arrivo	Ora
9301 tBiz	Milano Centrale	6.35	Roma Termini	10.40
9304 tBiz	Roma Termini	18.02	Milano Centrale	22.07

### t-Biz ROMA - MILANO

Treno	Staz. Partenza	Ora	Staz. Arrivo	Ora
9302 tBiz	Roma Termini	6.25	Milano Centrale	10.30
9303 tBiz	Milano Centrale	16.55	Roma Termini	21.00

**4 Corse al giorno**

**40 Corse durante i 10 giorni di attività**



# Risultati dell'Attività

## 1° Settimana

### Da Milano a Roma

TRENO		LUNEDI' 15/09			MARTEDI' 16/09			MERCOLEDI' 17/09			GIOVEDI' 18/08			VENERDI' 19/08		
Partenza	ora	brochure distribuite	demo	n° pass.	brochure distribuite	demo	n° pass.	brochure distribuite	demo	n° pass.	brochure distribuite	demo	n° pass.	brochure distribuite	demo	n° pass.
Milano C.le	6,35	165	75	220	175	70	220	190	65	240	160	40	200	140	80	160
Roma T.ni	18,02	95	90	210	195	80	230	215	80	270	200	85	250	250	120	290

### Da Roma a Milano

TRENO		LUNEDI' 15/09			MARTEDI' 16/09			MERCOLEDI' 17/09			GIOVEDI' 18/08			VENERDI' 19/08		
Partenza	ora	brochure distribuite	demo	n° pass.	brochure distribuite	demo	n° pass.	brochure distribuite	demo	n° pass.	brochure distribuite	demo	n° pass.	brochure distribuite	demo	n° pass.
Roma T.ni	6,25	300	100	345	256	70	280	197	55	254	267	57	320	209	90	240
Milano C.le	16,55	98	60	120	187	72	220	205	50	250	248	81	299	360	143	420



### Totale 1° Settimana

TOT. PASSEGGERI	5038
TOT. BROCHURE	4112
TOT. DIMOSTRAZIONI	1563

# Risultati dell'Attività

## 2° Settimana

### Da Milano a Roma

TRENO		LUNEDI' 22/09			MARTEDI' 23/09			MERCOLEDI' 24/09			GIOVEDI' 25/08			VENERDI' 26/08		
Partenza	ora	brochure distribuite	demo	n° pass.	brochure distribuite	demo	n° pass.	brochure distribuite	demo	n° pass.	brochure distribuite	demo	n° pass.	brochure distribuite	demo	n° pass.
Milano C.le	6,35	170	68	220	205	90	220	210	80	235	205	70	225	304	163	330
Roma T.ni	18,02	150	96	165	245	98	270	195	90	245	250	85	310	560	244	670

### Da Roma a Milano

TRENO		LUNEDI' 22/09			MARTEDI' 23/09			MERCOLEDI' 24/09			GIOVEDI' 25/08			VENERDI' 26/08		
Partenza	ora	brochure distribuite	demo	n° pass.	brochure distribuite	demo	n° pass.	brochure distribuite	demo	n° pass.	brochure distribuite	demo	n° pass.	brochure distribuite	demo	n° pass.
Roma T.ni	6,25	290	95	365	260	80	301	205	100	233	240	88	263	155	75	173
Milano C.le	16,55	150	114	177	180	128	207	260	80	280	150	52	185	455	148	489



### Totale 2° Settimana

TOT. PASSEGGERI	5563
TOT. BROCHURE	4839
TOT. DIMOSTRAZIONI	2044

### Totale Attività 10 Giorni

TOT. PASSEGGERI	10.601
TOT. BROCHURE	8.951
TOT. DIMOSTRAZIONI	3.607

# La forza del Below The Line CBS

***Mezzo ottimale per intercettare il Target di riferimento del cliente***



*Businessmen sempre in movimento che necessitano di lavorare ed essere sempre on-line*

***Contesto comunicativo ideale per contattare il target***



*Alta ricettività ai messaggi e ampi tempi di esposizione: premesse fondamentali per la puntuale e approfondita descrizione del prodotto e dell'offerta proposta dal Cliente*

***Strumento di comunicazione sempre coinvolgente ed efficace***



*Comunicazione in grado di catturare l'attenzione dei passeggeri, intrattenendoli con la prova del prodotto*

