Zbliżające się piłkarskie mistrzostwa spowodowały „wysyp" najróżniejszych sponsorów turnieju EURO 2012, którzy za breloczek, czapkę z logo lub nikłą szansę wylosowania biletu na mecz próbują rozniecić emocje równe finałowi Polska – Hiszpania. Sieć Media Markt poprzez swoją najnowszą kampanię chce zwrócić uwagę kibiców na korzyści o wiele bardziej uchwytne.

Media Markt nie jest sponsorem mistrzostw, gwiazdorów futbolu czy działaczy piłkarskich, o budowie stadionów nie wspominając. Jest liderem ekstraklasy RTV/AGD, który gra do jednej bramki wraz z rzeszą kibiców chcących śledzić mistrzostwa nie z użyciem lornetki z ostatnich miejsc na stadionach, ale także wygodnie, w domu z pozycji kanapy i w telewizorze o najwyższej rozdzielczości, w technologii 3D…

Wobec najnowszych działań marketingowych Media Markt ogromne sumy wydawane przez sponsorów EURO 2012 na doraźne korzyści wizerunkowe są na spalonej pozycji.

„Nie sponsorujemy gwiazdorów futbolu/działaczy/mistrzostw!" Sponsorujemy kibiców: Wyczerpująco niskie ceny i szeroka ławka produktów to odpowiedź Media Markt na „gadżeciarskie" chwyty i to z gwarancją emocji nawet w starciu z ofertami internetowymi.

Pozostało jeszcze kilka miesięcy, aby dobrze przygotować się do mistrzostw. W tym czasie w sklepach Media Markt będą pojawiać się produkty, do których serce niejednego kibica zabije szybszym tętnem.

„Najnowsza kampania Media Markt to prowokujące szyderstwo z polskiej „gorączki" sponsoringu za wszelka cenę. Największa sieć sklepów z elektroniką użytkową nie zamierza ogrzewać się odbitym blaskiem mistrzostw i z szacunku dla swoich Klientów przekazuje im prosty komunikat i przejrzystą ofertę: naprawdę niskie ceny". – mówi Ewelina Piątek, Manager ds. marketingu Media Markt.

Akcja pod hasłem „Nie sponsorujemy…" jest rozłożona w czasie. Etap teaserowy trwa od 15 do 23 lutego, następnie przeprowadzona zostanie kampania produktowa, która potrwa od 24 do 29 lutego. W nadchodzącym okresie należy spodziewać się kolejnych odsłon.

Za opracowanie i przygotowanie promocji odpowiadają dwie agencje kreatywne: Opus B oraz Demner, Merlicek & Bergmann, które będą przez cały okres komunikacji (luty – czerwiec) nadzorować projekt wraz ze studiem filmowym Ideal Ideal.

Media do kampanii: telewizja, internet, prasa codzienna, outdoor i radio zostały zakupione przez dział planowania mediów Media Saturn Holding i dom mediowy Universal McCann.

Spot: http://youtu.be/ezurBTWDumE



newss.pl
Liczą się tylko kibice!

Media Markt
www.mediamarkt.pl
Więcej informacji z firmy MEDIA SATURN (press box)