Agencja K2 przygotowała strategię oraz koncepcję kampanii wizerunkowej firmy Barlinek. Działania prowadzone w prasie i internecie będą wspierane aktywnościami z obszaru social mediów i e-PR.

Kampania jest częścią działań wpisujących się w proces zmian, realizowanych od blisko roku w Barlinku. Celem zmian jest umocnienie pozycji lidera oraz wyróżnienie produktów marki na tle konkurencji. Kampania podkreśla najwyższą wartość produktów wykonanych z naturalnych surowców.

Agencja K2 odpowiada za koncepcję i przygotowanie projektów reklam prasowych, które ukażą się w wybranych tytułach wnętrzarskich nie tylko w Polsce, ale także w Niemczech, Rumunii i na Ukrainie.

Wiodące hasło kampanii: „to naturalne“ podkreśla walory naturalnych, drewnianych podłóg. Motywem przewodnim kampanii jest seria zdjęć, jakby wyjętych z domowego archiwum, na których widoczna jest drewniana podłoga. Zdarzają się na niej sytuacje „z życia wzięte“, które są pretekstem do przedstawienia zalet prawdziwego drewna. Siłą pomysłu jest pokazanie podłogi w domu, który tętni życiem. Dodatkowym atutem są zdjęcia autorstwa jednego z najlepszych fotografów młodego pokolenia – Łukasza Ziętka.

W ramach kampanii agencja K2 zajmie się również poprowadzeniem fanpage’a tematycznego pt. „Drewno Forever”, który ruszy już w pierwszej połowie czerwca. Komunikacja skupiać się będzie wokół tematyki designu oraz wykorzystania drewna w dekoracji wnętrz.

Uzupełnieniem kampanii będą działania prowadzone w obszarze e-PR obejmujące artykuły sponsorowane i media relations.

Działania zostały rozpoczęte w połowie maja i potrwają do końca roku. K2 współpracuje z firmą Barlinek od początku tego roku. Kampania „To naturalne” stanowi pierwsze działanie przeprowadzone przez agencję dla tego klienta.



BARLINEK