

Z okazji Mistrzostw Świata w Piłce Nożnej, które już w czerwcu rozpoczną się w RPA, UPC przygotowało kampanię poświęconą tematyce futbolowej. Celem tej akcji jest pokazanie, że dzięki nowoczesnym usługom UPC abonenci mają możliwość w pełni doświadczyć emocji związanych z futbolem. Kampania jest obecna w telewizji, internecie, prasie, outdoorze, lokalnych stacjach radiowych oraz mediach własnych UPC.

Już w czerwcu w RPA rozpoczynają się Mistrzostwa Świata w Piłce Nożnej. Z tej okazji **UPC** pragnie pokazać, że dzięki nowoczesnym usługom firmy abonenci mają możliwość w pełni doświadczyć emocji związanych z futbolem. W ramach akcji promowana jest usługa **Telewizji Cyfrowej UPC** z dekoderm z nagrywarką, a także superszybki Internet Fiber Power oraz taryfy telefoniczne. Hasło przewodnie kampanii to „Przeżyj wyjątkowe sportowe emocje z UPC”. Pakiet trzech usług reklamowany jest dodatkowo hasłem: „Oglądaj mecze, sprawdzaj wyniki online, porozmawiaj ze znajomymi”, co odnosi się do możliwości, jakie oferują telewizja cyfrowa, Internet Fiber Power oraz Telefon UPC. Hasłem „Zatrzymaj, nagraj i obejrzyj jeszcze raz kluczowe momenty gry”, promowana jest oferta telewizji cyfrowej z nagrywarką. Kampania futbolowa UPC w Polsce potrwa do połowy czerwca i jest elementem ogólnoeuropejskiej akcji promującej cyfrowe usługi kablowe operatora, przygotowaną przez UPC Broadband.

Piłkarskie emocje tylko z UPC

Telewizja Cyfrowa HD

- oglądaj najlepsze mecze

Internet 25 Mb/s

- sprawdzaj wyniki on-line

Telefon Non-stop Europa i Świat

- dziel się emocjami
z przyjaciółmi i rodziną



www.upc.pl

☎ 801 94 95 88 z telefonu stacjonarnego

☎ 324 94 95 88 z telefonu komórkowego

Opłata za połączenie zgodnie z cennikiem operatora sieci.



Kampania promocyjna widoczna będzie w telewizji ogólnopolskiej i kanałach tematycznych (Polsat, TVN, TV4, TVN 7, Polsat Sport, TVN 24, TVN Style, TVN Turbo, TVN Meteo), w internecie (portale: Onet, Interia, Wirtualna Polska, o2, 90miut.pl), w prasie (gazety: Metro, Przegląd Sportowy, Przegląd Sportowy – Skarb Kibica), oraz w outdoorze (siatki na rynkach w Krakowie i Wrocławiu). UPC będzie także reklamować kampanię futbolową w lokalnych stacjach radiowych – Aplauz, RAM (Wrocław), Alfa, Wanda Złote Przeboje (Kraków), Kolor (Warszawa), Radio Kaszebe (woj. pomorskie), Piekary (woj. śląskie), Na Fali - Złote Przeboje (Szczecin).

Spoty telewizyjne do kampanii przygotowała Agencja DAD (Digital and Direct Communications LTD) z Londynu w porozumieniu z UPC Broadband. Materiały drukowane opracowała agencja reklamowa Arip a kreacje on-line wykonała agencja interaktywna Byss (w obydwu przypadkach na podstawie materiałów dostarczonych przez DAD). Za planowanie i zakup mediów odpowiadał dom mediowy MediaVest.

Kampania promocyjna widoczna jest także poprzez materiały promocyjne BTL (plakaty, ulotki), przygotowane dla przedstawicieli handlowych i Biur Obsługi Klienta UPC. Komunikacja marketingowa obecna jest również we własnych mediach UPC, tj. na kanałach „Eye on UPC” – Galerii UPC, UPC Info oraz na firmowych stronach internetowych.

Jednym z elementów kampanii będzie zaplanowany na czerwiec konkurs dla internautów, w którym będą do wygrania atrakcyjne nagrody – MacBooki, iPody nano oraz oficjalne piłki Mundialu 2010 – Adidas Jabulani. Nagrody trafią do internautów, którzy nakręcą najlepsze filmy wideo prezentujące ich umiejętności żonglowania piłką i wykonywania z nią spektakularnych trików. Zwycięskie filmy zostaną wybrane przez samych użytkowników sieci, którzy zarejestrują się na platformie internetowej przygotowanej specjalnie na potrzeby tego konkursu.

Informacje na temat atrakcyjnych promocji sprzedażowych w ramach Kampanii futbolowej UPC, można znaleźć na stronie: www.upc.pl.

UPC Polska