

HTC Polska poinformowała o rozpoczęciu kolejnej odsłony ogólnopolskiej kampanii reklamowej „YOU”, tym razem promującej najnowszy smartfon HTC Desire.

Duży nacisk w kampanii położono na szeroko zaplanowane działania prowadzone w Internecie, m.in. na portalach lifestyle'owych i biznesowych. Do komunikacji nowego telefonu wykorzystano prasę a także outdoorowe nośniki cyfrowe, m.in. ekrany LCD w centrach biznesowych, galeriach handlowych, a także taksówkach.

Ważną rolę w kampanii odgrywają akcje animacyjne prowadzone w centrach handlowych w całej Polsce. W specjalnie przygotowanych strefach HTC (tzw. HTC eXperience Zone), odwiedzający mogą obejrzeć i zapoznać się z najnowszymi telefonami HTC. Równoległe z działaniami w galeriach handlowych, telefony będą prezentowane podczas wybranych wydarzeń kulturalnych i imprez klubowych przez zespoły promotorów.

Kampania jest kontynuacją międzynarodowej strategii komunikacji HTC opierającej się na nowych założeniach pozycjonowania marki pod hasłem „Quietly Brilliant”. Kampania promująca rozwiązania, przygotowane specjalnie pod potrzeby użytkownika, odzwierciedla filozofię oraz podejście firmy HTC w projektowaniu telefonów, dla której niezwykle ważne są potrzeby użytkowników, ich sposób pracy oraz styl życia.

Za planowanie i zakup mediów odpowiada Dom Mediowy Zenith Optimedia. Kreacje zostały przygotowane centralnie. Kampania potrwa do końca lipca br.

HTC