



Sieć SATURN rusza z nową kampanią reklamową, której motywem przewodnim jest hasło „Saturn radzi: myśl technologicznie”.

Kampania pokazuje różnice między logicznym, a technologicznym sposobem myślenia, zachęcając odbiorcę do szukania rozwiązań „technologicznych”. Pojęcie „myślenia technologicznego” nie odnosi się przy tym jedynie do sięgania po najnowsze rozwiązania i kreatywniejszego korzystania z posiadanych urządzeń, ale także do poszukiwania sposobów na zdobycie nowoczesnych technologii, np. poprzez skorzystanie z oferty ratalnej.

Kampania telewizyjna składa się z trzech 30 sekundowych spotów wizerunkowych, które uzupełnione będą samodzielnymi spotami akcyjnymi bądź produktowymi. Przewidziana jest również emisja formatów łączonych wizerunkowo-akcyjnych. Podobny schemat wykorzystany zostanie w radio. Motyw przewodni kampanii pojawi się również w reklamach outdoorowych, prasie i w internecie.

Kampania kierowana jest przede wszystkim do młodych mieszkańców dużych miast, czyli osób najintensywniej korzystających z najnowszych technologii i chętnie kupujących w Saturnie. Kreacja reklamowa jest wynikiem technologicznej pasji, która wyróżnia markę Saturn. Fascynuje nas to, że technologia zmienia świat i nasze życie, daje nowe możliwości. Nasza kampania ma zachęcać do twórczego i pełnego wykorzystywania urządzeń dostępnych w naszych sklepach, a także do korzystania z fachowej rady i wiedzy. Mamy nadzieję, że format oparty na zabawnych i nieco absurdalnych historyjkach zaangażuje młodych (i nie tylko) odbiorców – Daria Perzyna, Manager ds. marketingu sieci SATURN.

Kampania ruszyła w dniu 29 października. Działania pod hasłem „Saturn radzi: myśl technologicznie” prowadzone będą przez rok:

- telewizja: TVN, TVP1, TVP2, Polsat i stacjach tematycznych,
- radio: RMF FM, Radio ZET, TRÓJKA, PR4, RMF MAXXX, Zet Chili, Antyradio, Eska, TOK FM, ROCK RADIO; do tego reklama w radiowęzłach na terenie galerii handlowych,
- internet: YouTube, Gazeta.pl, Spotify, Facebook, Filmweb.pl, Google; serwisy VOD: TVN Player.pl, Onet.pl, Vod.tvp.pl.

Kampanię przygotowała Agencja Ogilvy&Mather, która realizuje również spoty TV i radio. Za ostateczny kształt kampanii w mediach drukowanych odpowiada agencja Redblue z Monachium (wewnętrzna agencja holdingu), za formaty internetowe agencja Golden Submarine. Planowanie i zakup mediów realizowane jest przez Universal McCann (TV) oraz we własnym zakresie przez Dział Planowania Mediów.



*SATURN to ceniona marka sklepów z elektroniką użytkową, należąca do holdingu Media-Saturn. W Polsce pierwsze sklepy powstały w 2004 roku. Obecnie SATURN dysponuje ponad 230 marketami w 12 krajach, z czego w Polsce zlokalizowanych są 22 oraz pierwszy sklep z technologiami mobilnymi Saturn Connect. Markety SATURN oferują najpełniejszy na rynku asortyment w zakresie sprzętu multimedialnego, teleinformatycznego, fotograficznego, telewizorów, urządzeń audio-video, biurowych, AGD i pełną gamę akcesoriów, a także książki, programy i gry komputerowe oraz filmy i muzykę. Sieć oferuje również marki własne: ok., KOENIC ISY i PEAQ.*

[www.saturn.pl](http://www.saturn.pl)

[facebook.com/SaturnPolska](https://facebook.com/SaturnPolska)

[youtube.com/user/saturnpolskacom](https://youtube.com/user/saturnpolskacom)

#### **Saturn**

[Więcej informacji z firmy MEDIA SATURN \( press box \)](#)