



7 maja w największych stacjach telewizyjnych i w Internecie ruszyła ogólnopolska kampania reklamowa marki Somfy, prowadzona pod hasłem „Say hi to smart life”. To połączenie oficjalnej premiery nowego produktu Somfy One z promocją rozwiązań smartHOME. Oprócz spotów reklamowych producent przygotował atrakcyjną ofertę sprzedażową na kompleksowe rozwiązania do zarządzania domem inteligentnym.

Spoty z wiosennej kampanii firmy Somfy emitowane będą w największych stacjach telewizyjnych takich jak TVP, Polsat i TVN oraz kilkunastu stacjach tematycznych. Reklamy pojawią się w dwóch wersjach: 10 i 15 sekundowej, a ich motywem przewodnim będzie praktyczne wykorzystanie systemów do zarządzania inteligentnym domem.

- To już szósta ogólnopolska kampania Somfy. Co roku wiosnę rozpoczynamy mocnym uderzeniem, a w tym roku mamy ku temu szczególną okazję – wprowadzamy na rynek nowy produkt z obszaru zabezpieczenia domu – mówi Radosław Borkowski, dyrektor zarządzający Somfy Polska. - Jednocześnie w tej kampanii podkreślamy unikalne cechy naszej oferty. Wyróżnia nas to, że dzięki naszym rozwiązaniom każdy może stworzyć od podstaw swój smartHOME, który będzie żył zgodnie z jego rytmem. Bo marka Somfy to zintegrowane rozwiązania i pełna gama realnych produktów, począwszy od napędów do osłon okiennych i bram, aż po systemy zdalnego sterowania przez internet urządzeniami domowymi.

Building Happiness

„Czym dla Ciebie jest szczęście?” - to pytanie łączy serię spotów, które z nutką humoru pokazują, że nasz dom może być jeszcze bardziej komfortowy i bezpieczny dosłownie na wyciągnięcie naszego smartfonu. Bohaterką pierwszej serii spotów jest panna młoda pakująca w pośpiechu walizki przed podróżą poślubną. Z pomocą przychodzi jej Somfy One, rozwiązanie do inteligentnego zabezpieczenia domu, czyli kamera połączona z alarmem i czujnikiem ruchu.

Jego aktywacja to zaledwie kilka kliknięć w smartfonie, a w rezultacie możemy mieć stałą kontrolę nad naszym domem nawet pod naszą nieobecność. Somfy One łączy bowiem różnorodne elementy dozoru w jednym urządzeniu, które jednocześnie monitoruje mieszkanie, identyfikuje niebezpieczeństwo, uruchamia alarm w przypadku zagrożenia, by na końcu nagrać film ze zdarzenia.

W kolejnej serii spotów możemy przekonać się, że nie musimy odrywać rąk od kierownicy, by otworzyć bramę wjazdową. Centrala domu inteligentnego Connexoon z aplikacją Connexoon Access, która służy do sterowania m.in. bramami wjazdowymi i garażowymi, drzwiami czy oświetleniem, ma wbudowaną funkcję geolokalizacji. Na podstawie sygnału GPS urządzenie określi naszą lokalizację, by tuż przed tym, jak podjedziemy pod dom, otworzyć nam automatycznie bramę – bez naszego udziału. Zaraz po tym, gdy bezpiecznie zaparkujemy auto na podjeździe, wszystkie bramy i drzwi zostaną zamknięte.

Twój pierwszy krok do inteligentnego domu już od 1299 zł

Kampania obala również mit o ogromnych kosztach, które ma nieść ze sobą instalacja rozwiązań smartHOME. „Wbrew stereotypom, inteligentne technologie nie są zarezerwowane tylko dla luksusowych willi. Dzisiaj nawet najmniejsze mieszkanie można wyposażyć w funkcjonalne rozwiązania i urządzenia, którymi da się sterować za pomocą smartfonu, tabletu czy smartwatcha. Co więcej inteligentne technologie wpływają na zwiększenie komfortu i bezpieczeństwa w domu czy mieszkaniu, dzięki nim w łatwy sposób można kontrolować wydatki na energię” – komentuje Radosław Borkowski.

W wiosennej promocji Somfy można nabyć w cenie już od 1299 zł brutto zestawy do zarządzania domem inteligentnym: flagową centralę TaHoma® Premium wraz czujnikiem temperatury, sterowanym gniazdkiem wewnętrznym oraz trzy pakiety Connexoon Access z napędami do bram przesuwnych i skrzydłowych, pilotem i fotokomórkami. Szczegóły oferty promocyjnej dostępne są na stronie www.somfy.pl/promocje.

Kampania reklamowa, która potrwa do 10 czerwca, oprócz telewizji tradycyjnej obejmuje także telewizję internetową, kanały tematyczne oraz media społecznościowe i wsparcie PR. Za planowanie i zakup mediów odpowiedzialny jest dom mediowy Infinity Media. Kampanię w mediach społecznościowych oraz działania public relations wspierające kampanię prowadzi agencja The Imagine.

SOMFY – to światowy lider w zakresie systemów inteligentnego sterowania i automatyki rolet, żaluzji oraz bram w budynkach mieszkalnych, jak i komercyjnych. Somfy od lat opracowuje rozwiązania, które wprowadzają domy na poziom Internetu Rzeczy (Internet of Things). Łączy ze sobą jednym systemem różne urządzenia, zmieniając domy na całym świecie w komfortowe i bezpieczne „domy inteligentne”. Wysoką jakość produktów firmy Somfy ceni 220 milionów użytkowników.

Firma powstała w 1969 roku w Cluses we Francji. Międzynarodowy zasięg działalności obejmuje 160 oddziałów w 60 krajach na całym świecie, zatrudniając 8000 pracowników.

W Polsce spółka istnieje od 1996 roku. W 2014 roku powstała należąca do Somfy fabryka SOPEM w Niepołomicach. Obecnie oprócz jednostki produkcyjnej oraz Działu Badań i Rozwoju, funkcjonuje w Niepołomicach Wschodnioeuropejska Platforma Dystrybucyjna, która dostarcza produkty do odbiorców z całej Europy Środkowo-Wschodniej.

SOMFY / newss