

Pod tym wieloznacznym hasłem wystartowała pełna pikanterii kampania promocyjna przygotowana przez BMW Polska wraz z agencją TIPPINGPOINT. Celem akcji jest zachęcenie jak największej liczby klientów do odwiedzenia salonów MINI w dniach 6 i 7 marca.



Hasło kampanii nawiązuje do stanu, jaki wywołuje miłość: przyspieszone bicie serca, oczy szeroko otwarte i radość z jazdy. Zaproszenie na randkę z **MINI** skierowane jest do wiernych entuzjastów szybkiej i bezpiecznej jazdy w kultowym gokarcie. Najbliższy weekend ma przekonać jego miłośników, że żaden inny samochód nie zapewni tak silnych wypieków na twarzy jak MINI.

W najbliższą sobotę i niedzielę wierni pasjonaci MINI mogą odwiedzić salony dealerskie i wziąć udział w przewrotnym konkursie. Wystarczy podać powód, dla którego można kochać się w MINI. Nagrodą dla autorów najbardziej śmiałych wyznań jest weekend z nowoczesnym, ulicznym gokartem.

Wielokanałowa kampania „**Wszyscy kochamy się w MINI**”- obejmuje działania ambientowe i eventowe, spoty radiowe, reklamę w prasie oraz przede wszystkim działania w internecie. Znaczna część kampanii została skierowana do użytkowników portali społecznościowych. Na potrzeby akcji powstał specjalny miniserwis www.MINI.com.pl wraz z linkami do portali społecznościowych jak Facebook, czy Youtube, na których entuzjaści marki mogą wyrazić swoje uczucia do MINI.

„Dynamiczna, prowokująca kampania najlepiej oddaje charakter MINI”- mówi Jakub Barzak, Account Manager agencji TIPPINGPOINT. – „Dedykowana mu wyrazista akcja ambientowa pojawi się na ulicach największych miast. Przed najmodniejszymi klubami zmysłowe hostessy skupione wokół obrandowanego miejskiego gokarta będą intensywnie propagować hasło „Wszyscy kochamy się w MINI ”- dodaje Barzak.

Autorem kampanii jest agencja Tippingpoint, kreacje internetowe przygotowała firma Engine, a zakup i planowanie mediów zrealizowała agencja Initiative.

newss.pl

Wszyscy kochamy się w MINI

TBWAPR