

7 czerwca Volvo Auto Polska rozpoczęło kampanię telewizyjną promującą jeden z najbardziej designerskich Volvo – odświeżone C30. Spoty reklamowe pojawią się we wszystkich kluczowych stacjach TV. Będzie to największą kampanią telewizyjną w historii Volvo Auto Polska.

Kampania obejmie swoim zasięgiem tylko telewizję ogólnopolską. W tym roku nie przewidujemy komunikować o odświeżonej wersji Volvo C30 w ogólnopolskich rozgłośniach radiowych, czy na ogólnopolskich stronach internetowych. To nasz swoisty eksperyment, ponieważ pierwszy raz robimy tak dużą kampanię i to tylko w telewizji – powiedział Mariusz Nycz, Dyrektor Marketingu i PR w Volvo Auto Polska.

Spoty będą pojawiać się przez cały czerwiec we wszystkich kluczowych stacjach telewizyjnych, m.in. TVN, Polsat, TVP, TVN Warszawa, TVN Turbo, TVN Style, Polsat Sport, Polsat News, TV4, TVN7, TVP Info, Polsat Cafe, czy TVN CNBC. Dodatkowo reklamy z udziałem Volvo C30 pojawią się w przerwach transmisji meczy z Mistrzostw Świata w Piłce Nożnej, które odbywają się w czerwcu w RPA.

Volvo C30 od momentu wprowadzenia na rynek stało się samochodem bardzo cenionym ze względu na wyjątkowy wygląd. Odświeżona wersja C30-stki stała się jeszcze bardziej designerska, dzięki, m.in. zastosowaniu nowych przednich reflektorów, zmianie zderzaków, czy wprowadzeniu plastikowych paneli o barwie pasującej do nadwozia. Ponadto wielbicieli designerskiego hatchbacka oczaruje również nowy, płomienny pomarańczowy kolor nadwozia - (Orange Flame Metallic), który dodaje C30-stce jeszcze więcej elegancji i szyku.

Spoty reklamowe zostały przygotowane przez agencję Arnold / Nitro, a adaptację całej kampanii w Polsce przeprowadziła agencja Brainshop U-boot. Kampania jest skierowana do osób w przedziale wiekowym od 35-59 lat. Zarówno do mężczyzn jak i kobiet, mieszkających w dużych miastach i zajmujących kierownicze stanowiska. Głównym komunikatem kampanii jest hasło: „Twoje nowe Volvo C30 – już od 950 zł miesięcznie”.

Naszym założeniem jest zbudowanie świadomości wśród potencjalnych klientów o wprowadzeniu na rynek odświeżonej wersji Volvo C30. Ponadto chcemy informować o niskiej racie kredytu lub leasingu, za którą można nabyć samochód. – dodał Mariusz Nycz.

Oprócz kampanii ogólnopolskiej w telewizji, oddziały dealerskie mogą przeprowadzić własne kampanie w lokalnych mediach. Komunikacje lokalne dealerów Volvo mogą objąć outdoor, prasę, radio, telewizję oraz internet.

Więcej informacji o kampanii można znaleźć na stronie internetowej Volvo Auto Polska – www.volvocars.pl oraz na stronach autoryzowanych dealerów Volvo w Polsce.

Volvo Auto Polska