

12 lipca rozpoczęła się szeroko zakrojona kampania reklamowa flagowej limuzyny marki Volvo - nowego modelu S60.

Kampania reklamowa nowego Volvo S60 obejmuje ogólnoinformacyjne oraz dopasowane tematycznie media tradycyjne (telewizję, prasę i radio), jak również nowe media: reklamę mobilną wyświetlaną w telefonach komórkowych oraz materiały video umieszczane w serwisach VOD i portalach typu social media.

Celem kampanii jest nagłośnienie wprowadzenia na rynek nowego modelu oraz podkreślenie atutów i cech wyróżniających Volvo S60: odwagi, dynamizmu i wyrazistości.



Kampania koncentruje się na podkreśleniu aspektów technologicznych i wyjątkowego charakteru Nowego Volvo S60. Jej głównym elementem są filmy video, w których auto poddawane jest czterem próbom: wykrywania pieszych na drodze, testowi łosia, czasu rozpędzania i slalomowi, które obrazują do niedawna nieosiągalne rozwiązania technologiczne zastosowane w modelu S60.

Nowe Volvo S60 jest przeznaczone dla tych użytkowników, którzy realizując swoje pasje mogą w pełni korzystać z rozwiązań technologicznych przy jednoczesnym poczuciu najwyższego bezpieczeństwa. Dlatego kampania reklamowa Nowego Volvo S60 jest dynamiczna, wyrazista i wykorzystuje niestandardowe formy dotarcia do wymagającej grupy docelowej - powiedziała Maria Kozikowska, Manager, Client Leadership w domu mediowym Mindshare Polska.

Czas trwania kampanii: lipiec – październik 2010 r.

Globalną kreację kampanii przygotowała agencja Arnold / Nitro, a adaptację na polski rynek – agencje Brainshop

U-boot oraz k2 Internet. Media zaplanował i zakupił dom mediowy Mindshare Polska.

Mindshare Polska