

HTC Corporation, międzynarodowa korporacja projektująca smartfony, uruchamia wartą wiele milionów dolarów, nową kampanię reklamową w regionie EMEA - 'Here's an Idea' (Mamy taki pomysł), podkreślającą mnogość innowacyjnych rozwiązań wprowadzonych w ostatnim czasie do swoich nowych telefonów.

Kampania 'Here's an Idea' kontynuuje sukces kampanii 'YOU', która była prowadzona w 2009 roku i w znaczącym stopniu przyczyniła się do dwukrotnego powiększenia świadomości marki HTC.

Vladimir Malugin, EMEA Marketing Director, HTC EMEA powiedział: "Wiele wprowadzanych przez HTC innowacji jest inspirowanych poprzez obserwację w jaki sposób ludzie korzystają z telefonów. Te proste, ale bardzo ciekawe pomysły, jak chociażby możliwość wyciszenia dzwoniącego telefonu poprzez odwrócenie go ekranem w dół, niezmiennie podobają się użytkownikom i stają się tematem do rozmów. To te drobne rzeczy sprawiają, że na twarzach ludzi pojawia się uśmiech zadowolenia. Kampania podkreśla nasze innowacyjne pomysły w sposób zabawny i angażujący. Ponieważ coraz więcej ludzi korzysta ze smartfonów jest bardzo ważne, by użytkownicy widzieli, jak telefon HTC może ułatwić i usprawnić codzienne życie."

Kampania 'Here's an Idea' kładzie nacisk na wiele funkcjonalności HTC Sense, zaprojektowanych z myślą o lepszej i łatwiejszej obsłudze telefonów HTC. Niektóre z tych funkcji, to między innymi: możliwość zdalnego zablokowania telefonu lub usunięcia osobistych danych po zgubieniu aparatu, konsolidacja komunikacji na serwisach społecznościowych w jednej aplikacji (Friendstream), czy widżet umożliwiający rekomendowanie ulubionych aplikacji naszym znajomym. W kampanii pokazane zostaną również inne zalety telefonów naszej flagowej rodziny HTC Desire, jak np. możliwość obsługi technologii Adobe® Flash®, automatyczne dopasowanie szerokości tekstu do ekranu podczas przeglądania stron internetowych, super szybki Internet. Zwracamy również uwagę na indywidualne cechy poszczególnych smartfonów, jak np. duży 4,3 cala ekran HTC Desire HD oraz dotykowy ekran połączony z wysuwaną klawiaturą QWERTY w telefonie HTC Desire Z.

Pomysł kampanii został opracowany wspólnie przez agencje Fearlessly Frank i Figtree, z AMP London odpowiedzialną za koncept oraz realizację kreacji.

Kampania reklamowa w regionie EMEA będzie prowadzona w telewizji, prasie, Internecie, mediach outdoorowych, jak również w punktach sprzedaży od października 2010 r.

HTC