

„Otwórz się na przygodę z nowym Volvo V60” – pod takim hasłem wystartuje kampania nowego samochodu. Start kampanii został zaplanowany na styczeń 2011 roku.

Kampania nowego Volvo będzie się opierać na działaniach prowadzonych w telewizji oraz Internecie. Oprócz standardowych spotów reklamowych, Volvo zaplanowało wraz z TVP loterię nowego Volvo V60. Z kolei działania w Internecie będą opierały się na jak najszerszej promocji samochodu m.in. w dedykowanej sekcji na portalu onet.biznes.pl oraz na kanale YouTube.

Ponadto Volvo będzie promować model, także poprzez niestandardowe rozwiązania. Jednym z nich będzie wydanie kompilacji muzycznej, która zostanie dołączona jako insert dla prenumeratorów topowych magazynów lifestylowych. Płytę z tą muzyką otrzymają, także osoby, które kupią nowe Volvo V60 lub jego bliźniaczy odpowiednik S60.

Nowy samochód nawiązuje designem do niedawno wprowadzonego na rynek Volvo S60. To zupełnie nowy model w portfolio marki Volvo. Auto jest alternatywą dla osób, dla których V50 jest samochodem zbyt małym, a V70 zbyt dużym. Co więcej nowy model idealnie wpisuje się w strategię marki Volvo, ponieważ łączy w sobie najlepsze cechy pojemnego kombi, auta sportowego oraz luksusowej limuzyny.

Z nowym Volvo V60 wchodzimy na bardzo konkurencyjny rynek prestiżowych kombi. To bardzo trudny segment, dlatego chcemy pokazać klientom, że nowe Volvo V60 to nie tylko rodzinne kombi, ale także auto uniwersalne. Tym samochodem można pojechać do pracy, po dziecko do szkoły, na rodzinne wakacje, ale także wybrać się ze znajomymi do nowoczesnego klubu – powiedział Mariusz Nycz, Dyrektor Marketingu i PR w Volvo Auto Polska.

Volvo