

Headz Marketing Partner – specjalista w zakresie kampanii outdoor’owych – realizuje projekt promujący wiosenną ramówkę TVP. Najnowsza oferta programowa Telewizji Polskiej od lutego widoczna jest na nośnikach Headz typu frontlight zlokalizowanych przy wjazdach do głównych miast Polski. Kampania – realizowana na zlecenie domu mediowego Maxus – potrwa do końca marca.

Frontlighty Headz – wykorzystane w kampanii TVP – dzięki zastosowaniu winylu do wydruku grafiki, zamiast powszechnie wykorzystywanego papieru, zapewniają kampanii trwałość i odporność na zmienną, zimowo-wiosenną pogodę.

W wiosennej ofercie programowej Telewizji Polskiej - oprócz dobrze już znanych i lubianych programów i seriali – znalazło się również kilka bardzo atrakcyjnych nowości. W ramach kampanii promocyjnej, na nośnikach Headz pojawiły się reklamy największych hitów stacji: serialu „Chichot losu” oraz programu rozrywkowego „Bitwa na głosy”.

Kampania wiosennej ramówki to pierwszy projekt Headz Marketing Partner realizowany dla Telewizji Polskiej. Zalety nośników reklamowych firmy doceniła już wcześniej stacja TVN, dla której Headz od września 2010 roku zrealizował kilka kampanii promocyjnych.

„Telewizja Polska to wyjątkowy klient. Do promocji ramówki TVP wybraliśmy, doskonale przystosowane do tego typu kampanii, nośniki z naszej sieci Top Cities. Duża powierzchnia ekspozycyjna oraz starannie dobrane lokalizacje zapewniają wysoką zauważalność, potwierdzoną dokładnymi badaniami natężenia ruchu. Cieszymy się, że zaufała nam kolejny z bardzo wymagających klientów, jakimi są stacje telewizyjne” – mówi Łukasz Wylęga, dyrektor generalny Headz Marketing Partner.

Headz Marketing Partner oferuje swoim klientom produkty spełniające potrzeby nawet najbardziej wymagających, ekskluzywnych kampanii. Firma stale poszukuje nowych rozwiązań, zapewniających maksymalne dotarcie przekazu reklamowego do jak największej liczby odbiorców. Oferta spółki podzielona jest na sieci, z których każda charakteryzuje się indywidualnymi parametrami. Wśród nich znajdują się między innymi sieć Top Cities – która wykorzystywana jest w aktualnej kampanii dla TVP – Sieć Lato przystosowana do sezonowych akcji reklamowych w nadmorskich i mazurskich kurortach, Sieć Zima – z której w 2011 skorzystały już m.in. Toyota i Unilever z kampanią Gorącego Kubka – czy sieć nośników przy przejściach granicznych i w pobliżu lotnisk. Headz Marketing Partner zapewnia także swoim klientom monitoring prowadzonych kampanii oraz badanie ich efektywności. To wszystko sprawia, że Headz Marketing Partner posiada grono stałych klientów, wśród których znajdują się firmy takie jak: Toyota, Unilever, TVN, Acciona, Statoil, Mitsubishi czy Renault.

Headz Marketing Partner