

Pod takimi hasłami rusza dziś kampania ENEA S.A jednej z największych firm energetycznych w Polsce. W adresowanej do klientów biznesowych kampanii reklamowej Michał Żebrowski – ambasador marki ENEA - zachęca do skorzystania z oferty firmy.

Działania promocyjne prowadzone będą w różnych kanałach komunikacji - w telewizji, prasie oraz Internecie i potrwać od 6 czerwca do końca lipca br.

Rozpoczęcie działań wizerunkowych firmy miało miejsce w marcu 2010 roku, kiedy to ENEA rozpoczęła proces budowy marki zgodnie z jej nowymi atrybutami. Zostały one określone poprzez nowoczesność i green, rozumianymi jako czystość produkcji energii elektrycznej.

Podczas kolejnej odsłony kampanii wizerunkowej jesienią 2011 roku, której celem była edukacja oraz budowanie świadomości energetycznej Polaków, ambasadorem marki ENEA został Michał Żebrowski. Po raz pierwszy w Polsce energetyczna marka została spersonalizowana. Celem nadrzędnym tej kampanii było dostarczanie Polakom informacji o znaczeniu korzystania z nowoczesnej energii.

Główny przekaz nowej kampanii w odróżnieniu od poprzednich, które wykreowały wizerunek marki ENEA jako przyjaznego, proekologicznie działającego oraz odpowiedzialnego producenta i dystrybutora energii elektrycznej, jest zaproszeniem do skorzystania z oferty biznesowej. Głównymi adresatami przekazu są właściciele małych i średnich przedsiębiorstw, dla których spółka przygotowała atrakcyjną ofertę sprzedaży energii elektrycznej, między innymi z gwarancją ceny do końca br lub roku lub do końca czerwca 2012 r.

W myśl konsekwentnie prowadzonej polityki wizerunkowej w filmie reklamowym zawarte są także wątki proekologiczne jako nieodłączny element strategii firmy.

Przez blisko dwa miesiące trwania kampanii za pośrednictwem stacji TVP, Polsat i TVN oraz wielu kanałów tematycznych będzie można oglądać trzydziestosekundowy film reklamowy.

Reklamy prasowe zawierające layout stanowiący ilustrację zaczerpniętą z motywu spotu telewizyjnego opublikowane zostaną w najbardziej poczytnych tygodnikach i miesięcznikach.

W Internecie specjalnie zaprojektowana w oparciu o materiał ilustracyjny ze spotu telewizyjnego kampania realizowana będzie m.in. przy wykorzystaniu pre-rolli, które będą emitowane w największych portalach oraz serwisach biznesowych.

Kampanię wyprodukowała Grupa Codex a planowaniem i zakupem mediów zajął się dom mediowy Mindshare Polska Sp. z o.o. Spot wyreżyserował Tadeusz Śliwa a producentem spotu był InternetPlus.

Agencja: Grupa Codex

Reżyser: Tadeusz Śliwa

Aktor: Michał Żebrowski

Produkcja: InternetPlus

Dom mediowy: Mindshare Polska

Czas trwania kampanii: czerwiec – lipiec 2011

Zasięg:

prasa – „Newsweek”, „Forbes”, „ELLE”, „In style”, „Elle Decor”, „Chip”, „CRN”, „Top Gear”, „Viva”, „Party”, „Polityka”, „Forum”, „Wprost”, „Fokus”, „Media i Marketing Polska”, „Brie”

newss.pl

Dołącz do nas. Przejdź na ENEE!

telewizja – stacje grup TVN, TVP, Polsat i inne

Internet - iplex.pl, ipla, Onet.pl, Wirtualna Polska, Gazeta.pl i inne

ENEA