

„Hiszpańskie płytki – niskie ceny” to hasło najnowszej kampanii reklamowej Max-Fliz. Celem jest zwrócenie uwagi na fakt, że ceny hiszpańskich płytek są konkurencyjne w zestawieniu z krajowymi produktami.

Kampania, która rusza od 13 czerwca, obejmie outdoor, radio, prasę i Internet. W Krakowie i Wrocławiu reklamy pojawią się na blisko 100 billboardach i ekranach LED. W radiu Złote Przeboje przez półtora miesiąca emitowane będą spoty Max-Fliz. Prasowa odsłona kampanii ukaże się na łamach dzienników: „Dziennika Polskiego”, „Gazety Wrocławskiej”, „Faktu” i „Gazety Wyborczej” oraz czasopism: „Miasto Kobiet”, „Hermes” oraz „Małopolski Przegląd Budowlany”.

Działania offline uzupełniać będzie aktywność w Internecie - m.in. kampania odsłonowa na portalach Facebook.pl i Zumi.pl, mailing oraz remarketing.

Kreacji i zakupu mediów firma Max-Fliz dokonała we własnym zakresie. Kampania potrwa do końca lipca.

www.max-fliz.com.pl

Max-Fliz