



Ruszyła ogólnopolska kampania digitalowa produktów KRISPOL i konceptu KRISHOME – kompletu stolarki dla domu. W specjalnie stworzonym materiale wideo pojawia się ambasador – Łukasz Piszczek, który od EURO 2016 towarzyszy działaniom wizerunkowym spółki.

Celem kampanii jest wyeksponowanie, wartości, jaką jest dom, stanowiący swoistą gwarancję spokoju i ostoję. To w jego zaciszu spędziliśmy sporo czasu podczas pandemii, to tu znajdujemy ukojenie po długim dniu pracy, to go tworzą najbliższe nam osoby. To również jedna z najważniejszych inwestycji w życiu, warto więc, jak komunikuje marka, zadbać podczas budowy o stolarkę wysokiej jakości.

Marka nawiązała do baśniowej fabuły, w myśl której brama, drzwi, okna i rolety zostają upersonifikowane i ochraniają mieszkańców przed nocnymi marami i strachami, prezentując w ten sposób główne zalety produktów KRISPOL – bezpieczeństwo, funkcjonalność, energooszczędność. W rolę tytułowego bohatera, wracającego po długim dniu do domu, wcielił się Łukasz Piszczek, światowej klasy piłkarz, niegdyś reprezentant drużyny narodowej, dziś doświadczony zawodnik Borussia Dortmund. To tu czeka na niego gwarancja spokoju, czyli rodzina, która czuje się w domu bezpiecznie nawet, podczas nieobecności głowy rodziny.

Realizacją materiału po raz kolejny zajęła się agencja Baltic Media Group z Gdańska, która współpracuje z Krispol od 2019 roku. Działania digitalowe w Internecie zostały rozplanowane przy współpracy z MaxRoy Agency.

Spot można obejrzeć na kanale Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=kwkBTD13Tw8>



newss.pl

KRISPOL w kampanii GWARANCJA SPOKOJU 2021 z ambasadorem Łukaszem Piszczkiem w roli głównej

KRISPOL

[press box](#)