



Giebnia, 1.10.2014 r.

Multilogika w POLOmarkecie – kupuj więcej, płac mniej

Pod takim hasłem 1 października rozpoczęła się największa w historii sieci sklepów POLOmarket kampania reklamowa. Szeroko zakrojone działania w mediach potrwają do końca roku.

Motyw przewodni kampanii stanowi pojęcie Multilogiki – jako nowej filozofii kupowania w POLOmarkecie. Koncepcję wyjaśnia i twórczo rozwija bohater marki – Profesor Polowy. W tę postać wcielił się znakomity aktor Piotr Fronczewski.

Na czym polega Multilogika i jak korzystać z multilogiczności na co dzień - naukowiec opowiada w lekkich spotach obyczajowo-komediowych. Wykreowana przez pana Fronczewskiego postać zakręconego na punkcie Multilogiki profesora ucieleśnia powszechne pragnienie kupowania "więcej za mniej".

W pierwszej części kampanii Profesor Polowy wyjaśnia w spotach telewizyjnych i radiowych, skąd się wzięła i jak działa multilogiczna filozofia kupowania. Profesor Polowy jasno tłumaczy, dlaczego w POLOmarkecie warto kupować więcej i jak wiele w związku z tym można zaoszczędzić.

Działania promocyjne obejmują także outdoor i szerokopasmową kampanię w Internecie, uwzględniającą działania w mediach społecznościowych.

W największych stacjach telewizyjnych są emitowane 30-, 15- i 5-sekundowe spoty reklamowe, które wyreżyserował Michał Gazda. Za koncepcję i realizację kampanii odpowiada krakowska agencja reklamowa Brandman, a dyrektorem kreatywnym projektu jest Dariusz Chwierut.

Produkcja: Studio Filmowe M5.

Strategia, planowanie i zakup mediów: IQ Media

Katarzyna Ciszewska-Masianis

Specjalista ds. PR sieci POLOmarket

tel.: 52 35 99 508, tel. kom.: 518 010 508

e-mail: katarzyna.ciszewska@polomarket.pl