

Nowatorska kampania Orange Open

We wszystkich głównych mediach wystartowała dziś nowatorska, ogólnopolska kampania reklamowa oferty Orange Open, czyli kompletnego zestawu usług stacjonarnych i mobilnych. Kampania wykorzystuje niestandardowe formy reklamy w standardowych mediach.

- Kampania wzbogaca standardowe nośniki reklamowe o nowe wymiary i pokazuje jak w niecodzienny sposób można angażować widza przy użyciu głównych mediów zasięgowych – powiedział Paweł Patkowski, dyrektor Marki, Mediów i Komunikacji Orange Polska.

W telewizji oprócz regularnych spotów zostaną wykorzystane nowe funkcjonalności dostępne w pilotach dekoderek cyfrowych. Abonenci sieci Multimedia wyposażeni w dekodery dwukierunkowe będą mogli w czasie emisji spotu reklamowego naciskając przycisk na pilocie wejść w specjalną interaktywną zakładkę i otrzymać darmowy dzwonek z muzyką ze spotu.

W ogólnopolskim radiu zaplanowany został interaktywny konkurs z nagrodami. Słuchacze będą mogli wygrać nowoczesne smartfony, a nagrody takie jak dzwonki z reklamy TV, będą rozdawane wszystkim za darmo. W kinach wykorzystany będzie format 3D.

W prasie i w outdoorze wykorzystana zostanie Aurasma - technologia rozszerzonej rzeczywistości. Dzięki temu posiadacze smartfonów czy tabletów wyposażonych w aplikację Aurasma będą mogli wirtualnie ożywić świat statycznej reklamy drukowanej i zobaczyć m.in. obraz w 3D czy film reklamowy. Ponadto na części billboardów zainstalowane będą routery z darmowym WiFi, co dodatkowo uatrakcyjni tę formę reklamy.

Kampania w internecie będzie obejmować bannery na głównych stronach największych portali: wp.pl, onet.pl i gazeta.pl. Na zdobywających coraz większą popularność platformach, np. TVN Player, pojawią się interaktywne spoty reklamowe (preroll). Wykorzystane zostanie także internetowe radio Open FM, wraz informacjami przekazywanymi przez system RDS. Dopełnieniem działań będzie kanał YouTube.

W przygotowaniu kampanii Orange Polska współpracował z domem mediowym MEC, który odpowiadał za zakup mediów oraz agencją Leo Burnett, która przygotowała kreację kampanii.