

Kampania Nissana Qashqai

Rozpoczęła się druga odsłona kampanii Nissana Qashqai przygotowana przez agencję TBWA\ dla Nissan Sales Central & Eastern Europe. Hasło kampanii "Stworzony, by igrąć z miastem" ma akcentować zwinność i "miastoodporność" samochodu.

Na potrzeby kampanii relaunhowej agencja TBWA\ zaadaptowała dwa spoty telewizyjne oraz przygotowała layout prasowy. Ścieżka dźwiękowa pojawiająca się w nowych wersjach spotów pochodzi z opery "Traviata" Giuseppe Verdiego. Działania komunikacyjne obejmują główne tytuły prasowe o zasięgu ogólnopolskim (m. in. takie jak: "Polityka", "Logo", "Playboy", "Film"), prasę dealerską oraz telewizję. Za planowanie i zakup mediów odpowiada dom mediowy Optimum Media OMD.

Pierwsza, launchowa część kampanii była realizowana w zeszłym roku.