

Dębica łączy pokolenia w nowej kampanii wizerunkowej

data aktualizacji: 2019.10.15



Firma Oponiarska Dębica S.A., wiodący producent opon do samochodów osobowych na polskim rynku, rusza z nową ogólnopolską kampanią wizerunkową pod hasłem „Panuje na polskich drogach”. Celem działań jest odświeżenie wizerunku marki oraz dotarcie do szerszego grona klientów, w tym młodych kierowców.

Dębica, która w tym roku obchodzi swoje 80-lecie istnienia, łączy pokolenia i w myśl tej idei startuje z nową kampanią reklamową pod hasłem „Panuje na polskich drogach”. Akcja, obejmująca nośniki tradycyjne oraz działania w mediach społecznościowych, skierowana jest do szerokiego grona odbiorców ze szczególnym uwzględnieniem młodych klientów, którzy szukają wysokiej jakości opon sprawdzających się w każdych warunkach pogodowych.

- Przez 80 lat Dębica stała się rozpoznawalną i cenioną marką, dzięki doskonałej jakości naszych produktów i zaufaniu milionów kierowców w całej Polsce i Europie. Samochodami na tych oponach od lat jeżdżą całe pokolenia Polaków – mówi Marcin Nowomiejski, Consumer Marketing Manager EEN w Goodyear Dunlop Tires Polska. Wraz z rozwojem naszej gamy produktów, zdecydowaliśmy się stworzyć nową kampanię skierowaną do szerszego grona klientów, w tym młodszego pokolenia. Nasze opony świetnie sprawdzają się na każdej drodze, mają długie przebiegi, dlatego chcemy zachęcić do ich zakupu również młodych klientów, którzy poszukują produktów wysokiej jakości za rozsądną cenę. Od lat z sukcesami konkurujemy z najlepszymi markami zagranicznymi i również w tym segmencie czujemy się bardzo mocni. – dodaje Marcin Nowomiejski.

Pierwszy etap kampanii, która właśnie wystartowała, obejmie komunikację w mediach społecznościowych. W kolejnym dołączy ogólnopolska akcja outdoorowa prezentująca kluczowe

zalety opon Dębica – sprawdzone osiągi, nowoczesne technologie oraz ponad 80-letnie doświadczenie marki.

Bohaterem głównym kampanii będzie opona Dębica Frigo HP2.

Źródło: