



NEWS ABONNIEREN



foto: (c) T-Mobile

T-Mobile und KroneHit stellen Internet-Konnektivität auf den Prüfstand

Vernetzte 360 Grad Kampagne.

„K - n - i - t - t - e - l - f - e - l - d . K - a - i - n - d - o - r - f . K - a - p - f - e - n - b - e - r - g . Ist bei dir zu Hause das Internet auch so langsam?“, mit diesem Radioslogan machte MediaCom für T-Mobile Internet-Geschwindigkeit erlebbar. Um das von T-Mobile angebotene LTE (Long Term Evolution) „My HomeNet“ in der Zielgruppe bekannter zu machen und die Produktvorteile klar in den Vordergrund zu stellen sowie diese emotional zu besetzen, startete T-Mobile gemeinsam mit *KroneHit* von 24.09. bis 11.10.2015 das schnellste Gewinnspiel des Landes. Als Preis wurden täglich an drei HörerInnen je eine „My HomeNet-Box“ für fünf Jahre kostenlos verlost .Bereits wenige Tage nach dem Start der Kampagne über die KroneHit Winzone gab es rund 2.000 Teilnehmer. Damit ist es bereits jetzt eines der erfolgreichsten Hörfunk Gewinnspiele für T-Mobile.

"Nicht angreifbares Produkt im nicht angreifbaren Medium"

Es galt die HörerInnen und UserInnen von KroneHit mit einer vernetzten 360 Grad Kampagne auf allen Plattformen des Senders mit einer klaren und nachvollziehbaren Message abzuholen, LTE von T-Mobile zum Talk-of-Town zu machen und als Top-of-Mind zu verankern. Die Kernbotschaft der Kampagne lautete: Selbst im hintersten Winkel von Österreich kann mit „My HomeNet“ schnell im Internet gesurft oder gestreamt werden. "Die Herausforderung dabei war, es in einem nicht angreifbaren Medium wie Hörfunk und mit einem nicht angreifbaren Produkt, wie der Schnelligkeit des Internets, die Kernbotschaft so zu transportieren, dass sie für alle landesweit relevant, verfügbar, spannend und nachvollziehbar ist.", erläutert Astrid Tichy, Creative Media Manager, MediaCom. (jw)

www.mediacom.com

www.t-mobile.at

www.kronehit.at

diese Story versenden