

# Mindshare setzt für Volvo "E-Cube" Social Media-Kampagne um



Horizont Redaktion 29. Jänner 2020

Teilen



Der "E-Cube" beim Wiener Eistraum am Rathausplatz. © Volvo

**Auch heuer zieht der schwedische Automobilhersteller mit seinem Pop Up-Konzept "E-Cube" beim Wiener Eistraum die Blicke der Besucher des Rathausplatzes auf sich.**

Auf zwei Stockwerken präsentiert Volvo das neueste Mitglied der Plug-in Hybrid Familie: den Volvo XC40 T5 Twin Engine. Um möglichst vielen den ambitionierten Nachhaltigkeitsplan des Automobilherstellers im Volvo E-Cube vorzustellen und sie für eine Probefahrt zu begeistern, betreut Mindshare die Kommunikation auf den Social-Media-Kanälen unter dem Hashtag #ecube. Dabei setzt die Agentur auf Influencer mit Reichweiten von 5.000 bis 80.000 Followern in den Kategorien Familie und Unternehmer.

Ziel ist es, das Entdecken der neuen nachhaltigen Welt von Volvo durch Emotionalisierung, die in einer Probefahrt münden soll, noch erlebbarer zu machen. Die Influencer durchlaufen die "E-Cube Experience", also einen Besuch im E-Cube inklusive einer 90-minütigen Probefahrt und berichten mit Fotos und Kurzvideos über die technischen und praktischen Potenziale. Zudem rufen sie ihre Follower auf, sich für eine Probefahrt anzumelden.