



1.000.000 Besucher auf der Website der Bridgestone Kampagne "Everywhere!"

1.000.000 Besucher auf der Website der Bridgestone Kampagne "Everywhere!"
In weniger als zwei Monaten hat die neue Bridgestone Website für die "Everywhere"-Kampagne in ganz Europa die Marke von einer Million Besuchern geknackt. Die innovative Kampagne basiert auf dem Bridgestone Slogan "Your Journey, Our Passion" und bietet dem Besucher die interaktive Möglichkeit, ihr eigenes Road Trip-Video mit personalisierten Filmszenen zu kreieren.
Jake Rønsholt, General Manager Corporate and Brand Communications, Bridgestone Europe meint: "Bridgestone ist absolut begeistert von den positiven Reaktionen auf die neue Markeninitiative. Reifen sind für viele Menschen ein Low-Involvement-Produkt; mit Hilfe von ?Everywhere kommen wir mit den Endverbrauchern auf einer Ebene ins Gespräch, die weitaus wichtiger für sie ist: ihre Reisen. Gleichzeitig bieten wir Ihnen Unterhaltung, Informationen und interessante Fakten. Und natürlich zeigt die Einbindung unserer Initiative in Social Media, wie sehr die Besucher das Erlebnis genießen und wertschätzen."
Die Kampagne "We've been everywhere" beinhaltet verschiedenste Elemente wie zum Beispiel Wettbewerbe, interaktive Games und Events, bei denen man tolle Preise gewinnen kann. Motorrad-Fans können ein MotoGP-VIP-Wochenende gewinnen und dabei den mehrfachen Weltmeister Valentino Rossi treffen (der Wettbewerb läuft noch bis zum 18. August). Neben dem "Road-Trip-Creator" und dem Valentino Rossi-Gewinnspiel stoßen auch das interaktive "Zelt"-Spiel und die "Tattoo"-Seite auf das Interesse der Besucher.
Derek Turner-Smith, CEO von JWT International, der Werbeagentur, die hinter der Initiative steht, meint dazu: "Es ist phantastisch zu sehen, wie Menschen in ganz Europa sich auf diese Weise für die Marke interessieren. Dies bestätigt unseren Ansatz für die Schaffung innovativer Lösungen, die Marken erlebbar machen."
Die starke und kreative Partnerschaft zwischen Bridgestone Europe, JWT, die das Konzept entwickelt und umgesetzt hat, und PhD, die für die Medienkampagne zuständig ist, hat zu einem ganz anderen und innovativen Kampagnenkonzept geführt. Die Initiative soll jedoch keineswegs nur eine kurzfristige Angelegenheit sein: Bridgestone Europe strebt vielmehr an, das ganze Jahr über mit den Endverbrauchern in Beziehung zu treten.
Dr. Ivana Uspenski, Account Director von PhD: "Bridgestone ist derselben Meinung wie wir, dass die effektive Bekanntmachung und Verbreitung der Website durch die Medienagentur PhD über Facebook, Internet-Banner und andere Mechanismen eine wichtige Rolle bei der Erreichung einer solch hohen Trefferquote spielte. Allein in den ersten Monaten der Kampagne haben die Medienaktivitäten mehr als 20.000 neue Facebook-Fans generiert."
www.beeneverywhere.eu
Bridgestone Europe (BSEU) ist eine wichtige regionale Tochtergesellschaft der Bridgestone Corporation mit Hauptsitz in Brüssel, dem weltweit größten Hersteller von Reifen und anderen Kautschukprodukten mit Sitz in Tokio. Bridgestone Europe betreibt ein F&E-Zentrum, 8 Produktionsanlagen und Büros in mehr als 30 europäischen Ländern mit über 13.000 Mitarbeitern. Premium-Reifen von BSEU werden in ganz Europa und weltweit verkauft.
Besuchen Sie unser Mediacenter auf www.bridgestonenewsroom.eu.
Pressekontakt Bridgestone-Deutschland, Österreich, Schweiz:
Nora Schöne
0049-6172 408 406
nora.schoene@bridgestone.eu

Pressekontakt

Bridgestone Deutschland

61352 Bad Homburg

Firmenkontakt

Bridgestone Deutschland

61352 Bad Homburg

Weitere Informationen finden sich auf unserer Homepage