



mobijet case study

dojedzie tam, gdzie jest potrzebny

Klient: Plus GSM
Projekt: udział MobiJetów w kampanii „Plus dla Firm”
Dom mediowy: Universal McCann
Realizacja: Jet Line
Czas trwania: 5 października – 5 listopada 2008

Ogólnopolska kampania Plus dla Firm „Uczciwa oferta”, była kierowana do przedsiębiorców, właścicieli firm - zatem pod ich kątem zaproponowaliśmy trasy przejazdów i miejsca parkowania samochodów. W wybranych miastach MobiJety poruszały się w konwojach: trzy auta jeździły jeden za drugim i parkowały obok siebie tak, aby reklama maksymalnie skupiła na sobie wzrok odbiorców. Dzięki takiemu zabiegowi komunikat jest szybciej zauważany i na dłużej zapamiętywany.

W przypadku tej kampanii MobiJety były nośnikami wspierającymi te tradycyjnie wykorzystywane: powierzchnie wielkoformatowe na tablicach reklamowych (także należące do sieci Motorway 12 x 4m) i spoty telewizyjne. Znany z nich motyw wykrywacza kłamstw pojawił się również na MobiJetach. Po raz pierwszy w kampanii MobiJetowej zastosowano cut out’y, czyli przestrzenne elementy reklamowe. Zwracały uwagę i ożywiały reklamę trójwymiarową formą, a dodatkowo zostały wyposażone w specjalnie przygotowane aparaty z zielonymi światełkami – ich błysk imitował pracę wariografu, podkreślając istotę przekazu: uczciwość i wiarygodność oferty Plus dla Firm. Dzięki temu pomysłowi treść komunikatu budziła zainteresowanie, przyciągała wzrok i sprawiała, że reklama była łatwiej zapamiętywana.

Cut – outy były bardzo wymagającym elementem reklamy. Ich zadaniem było przyciągnąć uwagę odbiorców skutecznie i zarazem bezpiecznie dla ruchu drogowego. Dokładnie te cechy miało zaproponowane rozwiązanie. Za produkcję cut out’ów odpowiadała spółka Makom Polska, planująca i realizująca działania ambientowe, należące do grupy Jet Line.



Al. Wojska Polskiego 34
01-554 Warszawa
t/f. 22 8397874
t. 22 8397840
t. 22 8397887
www.jetline.pl