



Mercedes-Benz

#4fathers – Mercedes-Benz z nową contentową platformą komunikacji

Informacja prasowa

22 czerwca 2017 r.

Z okazji Dnia Ojca, Mercedes-Benz uruchamia nową platformę komunikacyjną. Jej główną tematyką będą relacje ojca z dziećmi.

Osią platformy komunikacyjnej #4FATHERS są treści skierowane do ojców, które opowiadają o tym, jak budować relacje z dziećmi. W artykułach natywnych Mercedes-Benz promuje wspólne, aktywne spędzanie czasu i podpowiada gotowe pomysły na rodzinne przygody. Opowiada o sztuce ojcostwa, bezpieczeństwie, o tym jak uczestniczyć w życiu dziecka, wspierać je, okazywać uczucia. Oczywiście w tle pojawiają się przystosowane do potrzeb rodziny samochody spod znaku „Gwiazdy”. Data uruchomienia nowej platformy nie jest przypadkowa – przypada na święto wszystkich Tatusiów, czyli Dzień Ojca.

Wszystkie artykuły Mercedes zebrał na dedykowanej stronie internetowej – www.4fathers.pl. Na potrzeby kampanii powstały też dwa filmy i sesje zdjęciowe.

<https://youtu.be/IVJURoLHPHI>

<https://youtu.be/qV95WwHnXzQ>

Komunikacja #4FATHERS jest realizowana przy użyciu nowego narzędzia, stworzonego przez agencję LiquidThread – ContentOnDemand, które łączy

angażujące treści natywne, osadzone w topowych ogólnopolskich serwisach z unikalną technologią emisji behawioralno-kontekstowej oraz analityką.

Za realizację kampanii odpowiada Zenith, LiquidThread i BBDO. Działania content marketingowe oraz sesję zdjęciową przygotował LiquidThread. BBDO jest pomysłodawcą platformy, stworzyło także stronę internetową oraz filmy do kampanii.

Kontakt:

Aleksander Rzepecki

e-mail: aleksander.rzepecki@daimler.com

Tel. +48 22 312 72 22