Sajtóinformáció

# Óriási siker a vírusmarketing a Volvo Trucksnál

**Legújabb reklámfilmjével, a „The Epic Split" című alkotásával a Volvo Trucks bebizonyította, hogy jól működhet, ha a hagyományostól eltérő megoldásokat alkalmaznak az üzleti szférát célzó marketingben. A videó az egész világon elterjedt, és már az első négy hét után minden idők legnézettebb autóipari reklámfilmje volt a Youtube-on.**

Amióta november 14-én a Youtube-on útjára indult a „The Epic Split", már több mint 59 milliószor nézték meg a reklámfilmet. A videó a közösségi csatornákon, valamint a hírportálokon keresztül terjed, már több ezer online, illetve offline párbeszéd tárgya volt, és önmagában is jelenséggé vált, számos utánzatot, paródiát inspirálva hírességektől és másoktól egyaránt.

„A film szó szerint elsöprő reakciót váltott ki. Természetesen számítottunk a sikerére, de nem gondoltuk volna, hogy ilyen mértékű lesz, illetve ilyen gyorsan jön. Elvégre a „The Epic Split" egy teherautó-reklám." - mondta Per Nilsson, a Volvo Trucks márka PR-igazgatója.

## A siker számokban

A „The Epic Split" nem csupán minden idők legnézettebb autóipari reklámfilmjévé vált a Youtube-on. Az első négy hét reakciója számokban is összegezhető. *

A „The Epic Split" film és ennek története:

- több mint hatmilliószor osztották meg a közösségi hálózatokon.
- több mint tízmillió találat a Google.com oldalon.
- világszerte széles körű megjelenést kapott a médiában: eddig mintegy húszezer online cikk született a reklámfilmről.
- becsült médiaértéke hetven millió euró.

## Többet ésszel, mint költséggel

A Volvo Trucks 2012 ősze óta hat látványos filmet készített el az ugyanezen időszak alatt bevezetett öt új tehergépkocsi újításainak bemutatására. A „The Epic Split", a Volvo Dinamikus Kormányzás pontosságának és menetstabilitásának kihangsúlyozására szolgáló kisfilm mind közül a legsikeresebb.

„A nagyszámú elérés főként a közösség aktivitásának eredménye. Nem tudunk többet költeni a versenytársainknál. Ezért inkább okosabb ötletekkel kell kirukkolnunk. Kommunikációs stratégiánkra is igaz ez." - mondta Per Nilsson.

## Egy üzleti szférának szóló (B2B) termék magánvásárlóknak szóló (B2C) marketinggel

Maga a kommunikációs stratégia is annak a nagy változásnak a része, amely során a Volvo Trucks szélesebb közönséget szólít meg a termékeivel. Leegyszerűsítve ez nem más, mint B2B termékek B2C marketingje.

„Marketingstratégiánk azon a felismerésen alapul, hogy az üzleti szférában is személyek hozzák a döntéseket. A mai tehergépkocsik csúcstechnikát alkalmazó gépek, amelyeket úgy fejlesztenek ki, hogy megkönnyítsék a gépkocsivezetők munkáját, óvják a gépkocsivezetőt, a rakományt és a környezetet, valamint annyira nyereségesek legyenek, amennyire csak lehet. De a gépkocsivezetők és a fuvarozók döntéseit nem csak az ilyen tényezők befolyásolják, hanem az általuk használt teherautó imidzse is." - mondta Per Nilsson.

## Költséghatékony

Azok a marketinganyagok, amelyek mindenkire hatással vannak, több tehergépkocsi-vezetőhöz és fuvarozóhoz jutnak el, vallja a Volvo Trucks. És ez így is van.

„Saját ügyfeleink reagálnak ezekre a filmekre. De ennél többről van szó - a teherautóinkat használó fuvarozók is visszajelzéseket kapnak ezekről a filmekről az ő ügyfeleiktől, vagyis a megbízóiktól." - mondta Per Nilsson.

„Az a célunk, hogy a film által elért aktivitás felkeltse a figyelmet és az igényt a teherautóink iránt. Egy viszonylag kis médiaberuházással óriási visszhangot keltettünk. Bebizonyosodott tehát, hogy a stratégiánk egy nagyon ügyes és költséghatékony kommunikációs módszer a média új területének kiaknázásával." - mondta Per Nilsson.

http://www.youtube.com/watch?v=M7FIvfx5J10&feature=c4-overview&list=UUkKEthtUQHmBqIYZTHyfXoA

2013. December 11.

*További információk:*
*Papp Ágnes, telefon +36 1 253 0886, e-mail agnes.papp@volvo.com*

Ehhez, illetve egyéb sajtóközleményekhez kapcsolódó broadcast minőségű videók a következő címen találhatók: http://www.thenewsmarket.com/volvotrucks
Sajtófotók és filmek a Volvo Trucks fotó- és filmtárában találhatók: http://images.volvotrucks.com

A Volvo Trucks teljes szállítási megoldásokat kínál professzionális és üzleti szemléletű ügyfeleinek, középkategóriás és nehéz teherautók teljes skáláját kínálva. Az ügyfelek támogatását több mint 140 ország 2300 kereskedéséből és szervizéből álló globális hálózat biztosítja. A Volvo teherautók összeszerelése 16 országban folyik világszerte. 2012-ben több mint 105000 Volvo teherautót adtak át a világon. A Volvo Trucks a Volvo Csoport része, amely a világ egyik vezető beszállítója a teherautók, az autóbuszok, az építőipari gépek, valamint a hajózási és ipari alkalmazású meghajtórendszerek területén. A Csoport finanszírozási és szervizelési megoldásokat is kínál. A Volvo munkája a cég alapértékein, a minőségen, a biztonságon és a környezetvédelmen alapul.