



Pressinformation

Tre Guldägg till Volvo Lastvagnars kampanj

Volvo Lastvagnars kampanj fortsätter att vinna reklampriser för lanseringen av den nya lastbilsserien. Nu vinner kampanjen tre Guldägg i kategorierna Film, Hantverk och Integrerat.

Med publiksuccén The Epic Split i spetsen har Volvo Lastvagnars sex lanseringsfilmer för den nya lastbilsserien haft stora framgångar världen över. Hittills har filmerna visats över 100 miljoner gånger på Youtube. På årets Guldäggsgala vann kampanjen ett Guldägg i kategorin Integrerat och The Epic Split två Guldägg i kategorierna Film och Hantverk. Utöver de tre gulden vann Volvo Lastvagnars kampanj även Titanpriset 2014, ett specialpris för innovativ och inspirerande kommunikation.

- Det känns förstås extra roligt att vinna tre Guldägg eftersom det är svenska priser som delas ut på vår hemmaplan. Det är dessutom ytterligare ett bevis på att vi har lyckats i vår strävan att skapa kommunikation som engagerar och berör en bred målgrupp, säger Per Nilsson, PR-chef för Volvo Lastvagnar.

Totalt var Volvo Lastvagnars kampanj nominerad till Guldägg i fyra kategorier: Digitalt, Film, Hantverk och Integrerat.

- När vi frågar lastbilsköpare som sett filmerna så säger nästan hälften att det nu är mer sannolikt att de väljer Volvo nästa gång. Bara det är ett tecken på att kampanjen har varit oerhört lyckad, säger Per Nilsson.

Guldäggsgalan 2014 hölls den 23 april i Stockholm. Bara två veckor tidigare tog Volvo Lastvagnars kampanj hem flest priser av alla nominerade i den amerikanska reklamtävlingen ADC Awards. Kampanjen vann även de prestigefyllda utmärkelserna Black Cube och Client of the Year.

Fakta om lanseringsfilmerna

- Totalt har sex huvudfilmer distribuerats under kampanjen. I publiceringsordning: The Ballerina Stunt, The Technician, The Hook, The Hamster Stunt, The Chase och The Epic Split.
 - Filmerna demonstrerar innovationer i de nya lastbilarna på olika spektakulära sätt.
 - Filmerna har enbart släppts på Youtube.
-



Kampanjens effekter

Från juni 2012 till april 2014:

- Antalet följare på Facebook har ökat från 16 000 till 350 000.
- Antalet följare på Twitter har mer än tredubblats, från 6 000 till 19 000.
- På Youtube har antalet prenumeranter ökat från 3 500 till 91 000.
- Antalet unika besök på Volvo Lastvagnars hemsidor i Europa har ökat från dryga 175 000 till över 300 000 per månad.
- Filmerna har över 100 miljoner visningar på Youtube och har delats nästan 8 miljoner gånger.
- Det har gjorts över 20 000 redaktionella inslag om filmerna i media världen över.
- Uppskattningsvis skulle motsvarande publicitet/spridning kosta cirka 126 miljoner Euro i köpt reklamplats.
- Nästan hälften av de lastbilsköpare som sett lanseringsfilmerna säger i en mätning att det nu är mer sannolikt att de väljer Volvo nästa gång de köper lastbilar.

Fakta om The Epic Split

- The Epic Split släpptes i november 2013 och är den film i kampanjen som fått störst genomslag.
- Efter bara 48 timmar hade filmen 10 miljoner visningar på Youtube.
- I dag är det den mest sedda fordonsreklamen någonsin på Youtube, med över 71 miljoner visningar.
- Dagen efter releasen var The Epic Split den mest delade filmen i världen.
- Filmen kom på sjätte plats på Youtubes årslista av "Top Ten Trending Videos of 2013"
- Filmen visas på Musée de la Publicité i Palais du Louvre i Paris

Se alla viralfilmer här.

Fakta om Guldägget

Guldägget arrangeras av Sveriges Kommunikationsbyråer och är Sveriges äldsta och största tävling i kreativ kommunikation. Syftet är att lyfta fram Sveriges bästa kommunikation, föra svensk kommunikation framåt och uppmuntra en ständig höjning av den kreativa standarden.

Läs mer om Guldäggen och Volvo Lastvagnars kampanj här.

Länk till högupplösta bilder.

Den 24 april 2014



*För ytterligare information kontakta:
Jan Strandhede
PR- & Marknadskommunikationsansvarig Sverige,
tel: 031-323 37 15
e-post: jan.strandhede@volvo.com.*

För videomaterial i sändningskvalitet som kan användas bland annat för den här pressinformationen, gå till <http://www.thenewsmarket.com/volvotrucks>
Pressbilder och filmer finns i Volvo Trucks Image and Film Gallery på <http://images.volvotrucks.com>

Volvo Lastvagnar tillhandahåller kompletta transportlösningar för professionella kunder med höga krav och erbjuder ett komplett produkt erbjudande med medeltunga till tunga lastbilar. Kunderna stöts av ett globalt nätverk med över 2 100 återförsäljare och serviceställen i mer än 140 länder. Produktionen av Volvolastbilar bygger på global närvaro med produktionsanläggningar i 14 länder. Under år 2013 levererades över 116 000 Volvolastbilar världen över. Volvo Lastvagnar ingår i Volvokoncernen, en av världens ledande tillverkare av lastbilar, bussar, anläggnings-maskiner och drivsystem för marina och industriella applikationer. Volvokoncernen tillhandahåller också kompletta finansiella tjänster. Volvos arbete baseras på kärnvärdena kvalitet, säkerhet och omsorg om miljön.