

Jak potoczy się ta historia? Interaktywny film w serwisie specjalnym Wirtualnej Polski, promującym nowe smartfony marki LG

Film jest pierwszą tego typu, wysokiej klasy produkcją, zrealizowaną w całości – począwszy od koncepcji scenariusza po klaps końcowy – przez Dział Akcji Specjalnych Wirtualnej Polski

Gdańsk, 1 czerwca 2011

Dział Akcji Specjalnych WP po raz pierwszy zdecydował się na wykorzystanie interaktywnego wideo na potrzeby komunikacyjne marki LG. W specjalnym serwisie lg.wp.pl zamieszczono film o sensacyjnej fabule, w którą wpleciono wątki podkreślające zalety... nowych smartfonów LG.

*Tak innowacyjne, jak na polski rynek, rozwiązanie, naszym zdaniem doskonale odpowiada zaawansowanym cechom reklamowanej grupy produktów – zaznacza **Bartek Niewiadomski**, Specjalista ds. Rozwiązań Kreatywnych, twórca koncepcji filmu. – Dodatkową zaletą takiej formy promocji jest większe zaangażowanie Internautów i wytworzenie więzi emocjonalnej z reklamowanymi produktami.*

Najważniejszym celem witryny jest niebanalna promocja trzech nowych, wysokiej klasy telefonów LG. W tym celu Dział Akcji Specjalnych zrealizował specjalny, interaktywny film, w którym widz może decydować o działaniach bohatera postawionego w zaskakującej, nietypowej sytuacji. W zależności od wyboru internauty, akcja rozwija się lub ulega wyhamowaniu.

Jeśli użytkownik podejmie trafne decyzje – obejrzy film w całości i może wziąć udział w konkursie. Ponieważ obraz utrzymany jest w mrocznej, pełnej niejasności i tajemnic konwencji, zadaniem uczestników konkursu jest odpowiedź na pytanie, co właściwie przydarzyło się bohaterowi filmu i jaki będzie dalszy ciąg jego historii. Do wygrania przez użytkowników są smartfony LG najnowszej generacji.

*Dużym wyzwaniem było dla nas sprostanie oczekiwaniom klienta w wyjątkowo krótkim czasie. Cieszy nas, że mimo tej presji, udało się zrealizować film na poziomie znacznie przewyższającym typowe produkcje wideo, tworzone na potrzeby Internetu – podkreśla **Marta Spychalska**, Specjalista ds. Realizacji Projektów Sprzedażowych w Wirtualnej Polsce.*

*Zależało nam na wprowadzeniu do stosunkowo krótkiej fabuły aż trzech różnych modeli promowanych smartfonów. By osiągnąć ten cel, zdecydowaliśmy się na dynamiczną konwencję filmu sensacyjnego – dodaje **Łukasz Sysa**, współtwórca projektu.*

Internauta może dowiedzieć się szczegółowo o zaletach produktów także z zakładki Telefony, która została wzbogacona o galerię różnego typu smartfonów LG.

Za zakup mediów w kampanii firmy LG odpowiada dom mediowy Mindshare.

<http://lg.wp.pl>

Informacji udziela Zespół PR Wirtualnej Polski:

Dorota Trojanowska

kom. 502 707 209

e-mail: dtrojanowska@wp-sa.pl

Katarzyna Halicka

kom. 502 707 138

e-mail: khalicka@wp-sa.pl