# **OTOMOTO i BAIC Polska z pierwszą taką wspólną kampanią 360° na rynku motoryzacyjnym**

**OTOMOTO uruchamia pierwszy w historii projekt wspólnej kampanii z importerem nowych samochodów. Partnerem pilotażowego przedsięwzięcia jest BAIC Polska – marka, której auta są już dostępne w autoryzowanych punktach sprzedaży w całym kraju. Kampania 360° wystartowała 1 września i potrwa do końca października.**

### **Nowy standard obecności marek motoryzacyjnych online**

Celem kampanii jest zwiększenie świadomości, że na OTOMOTO można znaleźć również nowe samochody. Zainteresowanie tym segmentem systematycznie rośnie, a na europejskim rynku coraz większą rolę odgrywają marki azjatyckie. Współpraca z BAIC odpowiada na te trendy i jednocześnie wyznacza kierunek rozwoju w stronę nowego standardu obecności marek motoryzacyjnych online – łączącego komunikację, sprzedaż i wsparcie dealerskie w jednym ekosystemie.

W ramach współpracy powstała również dedykowana domena [baic.otomoto.pl](http://baic.otomoto.pl?utm_source=chatgpt.com), gdzie klienci mogą przejrzeć pełną ofertę modeli, sprawdzić ich dostępność w salonach i skontaktować się bezpośrednio z dealerami. BAIC przygotował także specjalną cenę na wybrane modele BAIC 5 – od 99 900 zł brutto.

### **Kampania 360°: TV, radio, digital i social media**

Kampania OTOMOTO x BAIC obejmuje szeroki mix mediowy. Startuje 1 września w radiu, digitalu, social mediach, content marketingu i PR, a od 15 września także w telewizji, z emisją spotów w dwóch formatach. Działania potrwają do końca października i obejmą wszystkie kluczowe kanały komunikacji: od TV, radia i digitalu, po największe platformy VOD, YouTube, TikToka oraz kanały display i LinkedIn.

„Rynek motoryzacyjny zmienia się na naszych oczach – dziś pierwszym kontaktem klienta z nowym samochodem nie jest już wizyta w salonie, ale wyszukiwanie i porównywanie ofert online. Dlatego wspólnie z BAIC uruchamiamy projekt, który łączy komunikację marketingową z realnym wsparciem sprzedaży. Dzięki dedykowanej domenie i kampanii 360° budujemy spójne doświadczenie – od pierwszego kliknięcia aż po kontakt ze sprzedającym. Chcielibyśmy, żeby to pionierskie rozwiązanie stało się punktem odniesienia dla kolejnych importerów i producentów samochodów w Polsce” – mówi Łukasz Juskowiak, Marketing Director OTOMOTO/OLX Group.

### **Nowy etap dla OTOMOTO**

Projekt OTOMOTO x BAIC Polska to pilotaż otwartej formuły współpracy, która w przyszłości może objąć kolejne marki motoryzacyjne. Platforma rozwija tym samym rolę OTOMOTO jako miejsca zakupu nie tylko aut używanych, ale również nowych – dostępnych od ręki w salonach w całej Polsce.