**Trzy pokolenia motoryzacji   
- rodzinny biznes w dobie sprzedaży samochodów online**

*Warszawa, 23 października 2023 –* **Od pierwszej wywrotki “Jelcz” do placu pełnego nowoczesnych ciągników siodłowych - tak od lat 70. ubiegłego wieku rozwinął się biznes bohaterów pierwszej biznesowej odsłony „Prawdziwych historii” OTOMOTO. W najnowszym odcinku cyklu na pierwszy plan wysuwa się wielopokoleniowa rodzina Smuszkiewiczów, pasjonatów motoryzacji i właścicieli prężnie działającej firmy transportowej.**

**Opowieść o rozwijanej od trzech pokoleń pasji do motoryzacji od 23 października jest dostępna na YouTube:** [**https://www.youtube.com/watch?v=9ab8NzjIoyQ**](https://www.youtube.com/watch?v=9ab8NzjIoyQ)**. To szósta odsłona „Prawdziwych historii” OTOMOTO, ale po raz pierwszy tematem głównym jest motoryzacyjny biznes. We wszystkich spotach cyklu występują wyłącznie autorzy ogłoszeń dostępnych na platformie - właściciele wystawionych na sprzedaż samochodów, bez doświadczenia w wystąpieniach przed kamerą.**

Historia firmy transportowej rodziny Smuszkiewiczów zaczęła się ponad 40 lat temu. Motoryzacyjna pasja Piotra, skłoniła go do tego, by samochodami zajmować się na większą skalę. Do warsztatu, w którym na początku można było znaleźć wywrotki i niewielkie samochody ciężarowe, często zabierał jedną ze swoich trzech córek - Hanię, której pomoc ojcu sprawiała wyraźną przyjemność.

* *Córka siedziała przy mnie, podawała mi klucze. Cieszyło, że takie małe dziecko idzie w takim kierunku. Ona kochała samochody “od maleńkości” -* z sentymentem wspomina pan Piotr.

Po latach, w 1997 roku prowadzenie w firmie transportowej ojca przejęła Hania wraz z mężem, Sławkiem. Choć rozwijanie biznesu wiązało się w przeszłości z wieloma wyrzeczeniami, udało się im zarazić pasją do samochodów ciężarowych swoje dzieci, które dziś także wspierają rodziców, przygotowując się na przekazanie im firmy w przyszłości.

* *To historia naprawdę wyjątkowa - także na tle poprzednich „Prawdziwych historii” OTOMOTO, bo po raz pierwszy inspiruje ją nie konkretny model samochodu, a ludzie. Nasi bohaterowie udowadniają, że pasja w prowadzeniu biznesu i otwartość na wszystko, co pozwala go rozwijać zgodnie z dynamicznie zmieniającymi się warunkami rynkowymi - jak na przykład aktywność online, są gwarancją długoterminowego sukcesu. Międzypokoleniowa współpraca, łącząca wieloletnie doświadczenie ze sprawnym działaniem także w rzeczywistości wirtualnej, jest fundamentem firmy Smuszkiewiczów -* mówi Agnieszka Czajka, General Manager OTOMOTO.

Smuszkiewiczowie są pierwszymi bohaterami „Prawdziwych historii” OTOMOTO, którzy w krótkim, reportażowym cyklu opowiadają swoją historię z perspektywy profesjonalnego sprzedawcy. Emocje, które towarzyszyły członkom ekipy podczas kręcenia materiału świadczą o tym, że tym, co łączy wszystkich członków rodziny, jest pasja do motoryzacji, dopiero za nią, naturalnie wyłania się wspólny, rodzinny biznes.

* *Dwuminutowy format wideo-reportażu, który przyjęliśmy od początku tworzenia “Prawdziwych historii” z jednej strony pozwala nam na wydobycie samej esencji z opowieści bohaterów, ale z drugiej wymusza selekcję materiałów, które zbieramy. Historie przedstawiane w naszym formacie zawsze są bogate i wyjątkowe. W najnowszym spocie bohaterów mamy więcej, ale tym, co łączy całą rodzinę Smuszkiewiczów niewątpliwie jest pasja do motoryzacji. W reportażu pokazujemy ich biznes, ale jego sukcesu nie byłoby bez wspólnej “zajawki”, którą pan Piotr, wraz z wnuczką Martyną, regularnie wypełnia podczas wspólnych, weekendowych wypadów na gokarty -* mówi Patrycja Pawłowska, Social Media Lead, OTOMOTO.

Kampania oparta na pierwszej, biznesowej „Prawdziwej Historii” OTOMOTO rusza 23 października. Spoty wideo będzie można zobaczyć w internecie, w tym kanałach mediów społecznościowych OTOMOTO. Działania obejmą także kampanię radiową, emitowaną w największych stacjach w Polsce, aktywności PR oraz OOH. Za koncept kreatywny i koordynację social mediów, a także produkcję spotu oraz kampanii odpowiada agencja MADOGZ. Reżyserem spotu jest Jan Foryś, a za zdjęcia odpowiada dom produkcyjny Lucky Luciano.

**“Prawdziwe historie” - cykl wpisany w OTOMOTO**

“Prawdziwe historie” to już kultowa kampania OTOMOTO, a najnowsza odsłona to szósty odcinek serii. Po raz pierwszy spot wideo przedstawia historię firmy profesjonalnych sprzedawców korzystających z OTOMOTO w regularny sposób.

Bohaterami poprzednich odcinków są autorzy pojedynczych ogłoszeń, właściciele wystawionych na sprzedaż samochodów. ​Cykl zapoczątkowała wyświetlona na Facebooku ponad ​13 milionów razy świąteczna kampania z Wartburgiem, która zyskała 14 400 polubień i 1500 komentarzy na Facebooku i Instagramie oraz osiągnęła wynik 2,8 mln obejrzeń na Youtube. Kampania spotkała się z entuzjastycznym przyjęciem nie tylko widzów ale także branży marketingowej: została nagrodzona w wielu konkursach, m.in. Złote Spinacze, Kreatura i Golden Arrows. Kolejne odsłony kampanii były poświęcone równie wyjątkowym modelom samochodów: Maluchowi, Toyocie 4-Runner, DeLoreanowi i kultowemu Cadillacowi Eldorado.

**O OTOMOTO:**

OTOMOTO to platforma należący do Grupy OLX, skupiająca wokół siebie ekosystem narzędzi wspierających w zakupie i sprzedaży samochodów osobowych i dostawczych, a także pojazdów ciężkich i maszyn rolniczych oraz części motoryzacyjnych. W ofercie OTOMOTO znaleźć można m.in. finansowanie, możliwość weryfikacji historii samochodu, narzędzia szacujące cenę pojazdów. Na pytania kupujących odpowiada działający przez 365 dni w roku zespół obsługi klienta, z kolei sprzedający mogą liczyć na wsparcie dedykowanego opiekuna telefonicznego lub terenowego. Z marką związane są także **Otomoto Klik**, gdzie można kupić samochody po szczegółowej inspekcji, wyposażone w Cyfrowy Paszport Pojazdu oraz **Carsmile**, czyli największa w Polsce platforma online samochodów w abonamencie.. Co miesiąc z OTOMOTO korzysta prawie 6 milionów internautów, którzy generują ponad 355 milionów odsłon (dane Gemius).

**Kontakt dla mediów:**

Magda Worytko

PR Manager

OTOMOTO

Tel.: 507 851 948