Otodom z kampanią “U siebie”

**„Najbardziej sobą jesteś u siebie” – takie przesłanie towarzyszy nowej kampanii reklamowej Otodom. Spot telewizyjny trafi do emisji 23 lutego, a akcję promocyjną uzupełniać będą działania online, głównie w mediach społecznościowych. Za kreację odpowiada agencja Scholz & Friends Warszawa (Grupa S/F), producentem spotu jest Videlec, a zakup mediów zrealizował Universal McCann wraz z działem marketingu Otodom.**

*– Własne mieszkanie to niezależność, swoboda, luz. To tam możesz być naprawdę sobą, bo tylko ty decydujesz, co jak i z kim będziesz w nim robił. A wymarzone mieszkanie najłatwiej znajdziesz przez Otodom* – tak ideę kreatywną kampanii opisuje Józef Dutkiewicz, dyrektor kreatywny Scholz & Friends (Grupa S/F). Jak dodaje, życie po swojemu, realizacja pasji i luz związany z decydowaniem o swoim życiu we własnym mieszkaniu przedstawione będą nie tylko w reklamie telewizyjnej, ale i w 6-sekundowych reklamach video publikowanych online.

Na to, że kampania zatytułowana „U siebie” toczyć się będzie nie tylko w telewizji, ale i w sieci, zwraca uwagę Agata Polińska, szefowa marketingu Otodom. *– Znaczącą rolę odgrywać będą media społecznościowe. Wkrótce ogłosimy konkurs, który rozgrywać się będzie na Instagramie. Dla uczestników będzie on nie tylko okazją do zdobycia atrakcyjnych nagród, lecz także pretekstem do świetnej zabawy* – zapowiada.

Ten sposób komunikacji podpowiadają nie tylko obecne trendy, ale i grupa docelowa kampanii. *– Jest ona adresowana do młodszej grupy docelowej niż dotychczasowe kampanie. Tym razem chcemy dotrzeć do osób w wieku 25-34 lat. Z naszych badań wynika, że wiele spośród nich zamierza w najbliższym czasie kupić własną nieruchomość* – opisuje Agata Polińska.

Przypomnijmy, że wspomniane wcześniejsze kampanie telewizyjne marki to „Adresujemy marzenia” z 2016 i 2017 roku oraz „Drzewo” z 2017 i 2018 roku. Emisja spotów „U siebie” zaplanowana jest do końca marca, a działania online potrwają o kilka tygodni dłużej.

Otodom jest najpopularniejszym serwisem ogłoszeniowym w branży nieruchomości. Według badania Gemius/PBI, w grudniu 2018 roku odwiedziło go 2 miliony 832 tys. realnych użytkowników. Serwis wraz z OLX.pl, Otomoto i Fixly współtworzy Grupę OLX.