

Kia startet mit Marketingkampagne ins WM-Jahr

Kia eröffnet das WM-Jahr mit einer breit angelegten Werbekampagne für die Sondermodelle „FIFA World Cup™ Edition“. Im Mittelpunkt steht ein TV-Spot, der ab heute auf reichweitenstarken Sendern wie RTL, Vox, Sat.1 und RTL2 zu sehen ist.

Beim Kia Cee'd bietet die umfangreiche Mehrausstattung der „FIFA World Cup Edition“ in Kombination mit dem Sieben-Jahre-Kia-Qualitätsversprechen einen Kundenvorteil von bis zu 3440 Euro. Neben den Sondermodellen bewirbt Kia mit dieser Kampagne auch das neue Angebot „Kia Flat 7“. Es beinhaltet das Sieben-Jahre-Kia-Qualitätsversprechen inklusive Sieben-Jahre-Kia-Wartung sowie eine Finanzierung zu günstigen Konditionen, zum Beispiel beim Kia Cee'd „FIFA World Cup Edition“ ab 127 Euro monatlich. „Kia Flat 7“ ist ausschließlich bei teilnehmenden Kia-Händlern erhältlich und bis zum 31.03.2014 befristet.

Der TV-Spot, der in schnellen Schnitten Kia-Modelle im Wechsel mit den Kick-Künsten eines Fußballers zeigt, ist das Kernstück der 360-Grad-Kampagne. Sie beinhaltet zudem Radio-Spots, achtseitige Print-Beilagen in auflagenstarken Magazinen und Zeitungen sowie eine breite Online-Präsenz.

Die Gesamtverantwortung für die neue Kia-Kampagne hat Innocean Worldwide Europe, die Inhouse- und Leadagentur von Kia mit Sitz in Frankfurt. (ampnet/nic)

Bilder zum Artikel



Kia-Kampagne.



Kia-Kampagne.



Kia-Kampagne.
