

Mitsubishi vertraut bei Social Media auf Macaw

Mitsubishi wird in Deutschland bei seinen Social-Media-Aktivitäten künftig von der niederländischen Full-Service-Agentur Macaw betreut. Deren Deutschland-Tochter ist erst kürzlich in Köln gestartet und wird Strategien und Kampagnen für die verschiedenen Kanäle des Importeurs entwickeln. Ein wichtiger Aspekt für die Aktivitäten ist ein Content-Ansatz, bei dem Daten und Kreativität miteinander verknüpft werden. So lassen sich beispielsweise der neue Mitsubishi Space Star und der ASX mittels Augmented Reality spielerisch virtuell entdecken. Die Funktion ist rein browserbasiert, weder sind eine App noch eine Virtual-Reality-Brille erforderlich.

Aktuell läuft auf der Facebook-Seite von Mitsubishi auch die „Herzensgruß“-Kampagne: Nutzer laden unter dem Hashtag #WirbleibeninKontakt ein Video hoch, indem sie ein Herz hochhalten und so eine virtuelle Menschenkette bilden. Eine Bastelanleitung für das Herz ist dort ebenfalls zu finden. Die Aktion läuft bis Ende Mai. (ampnet/jri)

Bilder zum Artikel



Facebook-Seite von Mitsubishi.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Mitsubishi



Mitsubishi.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Mitsubishi