

## Pressmeddelanden

Oct 16, 2014 | ID: 153512

### Volvo vinner 100-wattaren med Zlatan-kampanjen

Favorittippade Volvo Cars plockade i den prestigefyllda reklamtävlingen 100-wattaren hem högsta vinsten – 100-wattaren – med kampanjen Made By Sweden i den tuffaste kategorin Konsument. Kampanjen har Volvo XC70 och Zlatan i centrum. Denna storslagna hyllning till Sverige nådde rekordresultat på alla plan.

#### **Den namnkunniga juryn för 100-wattaren motiverar vinsten med orden:**

"Denna intelligenta kampanj vågade bygga en ny kommunikationsmodell, där alla delar arbetar tillsammans perfekt för att göra skillnad för både varumärke och försäljning. Denna vinnare vågade göra det andra inte vågar och byggde stolthet för hela Sverige. Grattis Volvo Personbilar Sverige och Zlatan!"

#### **Några exempel på kampanjens effekt är:**

- \* Försäljningen av Volvo XC70 låg 269 procent över mål de fyra första kampanjveckorna.
- \* Trafiken till volvocars.se ökade med 146 procent. (målet var 35 procent ökning)
- \* Reklamerinran ökade till 75 procent. Det är all time high. (88 procent över målet)
- \* Andelen personer som "byggde" sin bil på Volvos bilkonfigurator ökade med 146 procent. (målet var 35 procent)
- \* 26 timmar efter kampanjstarten var andelen youtubeklick över en miljon och med över 100 000 delningar.
- \* Obs-värdet låg på 82 procent. (64 procent över mål)

-Självklart är vi oerhört glada och stolta över det vi gjort. Vi har i stort sett slagit samtliga Volvos tidigare rekord och blivit en ny benchmark i branschen, säger Per Carleö, marknadskommunikationschef på Volvo Personbilar Sverige, och fortsätter:

- Made By Sweden är en storslagen hyllning till Sverige, Zlatan och Volvo XC70. Vi ville också koppla ihop Volvos XC-produkter med en aktiv livsstil nära naturen.

Kampanjen är ett samarbete mellan Volvo Cars och reklambyrån Forsman & Bodenfors. För medieplaneringen svarar mediebyrån Mindshare. Strategin var att på ett unikt sätt arbeta med en mix av betalda, egna och förtjänade media. Ett starkt fokus låg på sociala medier och PR. Till exempel så blev reklamfilmen "Made By Sweden" världens näst mest delade reklamfilm under lanseringsveckan och är en av de näst mest sedda och delade svenska reklamfilmerna hittills.

100-wattaren arrangeras av Sveriges annonsörer och Sveriges Kommunikationsbyråer. Prisutdelningen hölls den 15 oktober på Cirkus i Stockholm. I kategorin Konsument – som anses vara den mest ansedda och konkurrensutsatta - var 18 bidrag nominerade. Från Volvo Cars deltog marknadskommunikationschef Per Carleö och ansvarig projektledare Mikael Karlsson.

**Fotnot:** 100-wattaren är en reklamtävling som belönar reklam som fungerar och har funnits sedan 1990. Till årets tävling nominerades 50 bidrag. Bidragen tävlade i sex olika kategorier. Kravet för att få tävla är att man kan visa att man gjort kommunikation som gör skillnad. De smartaste lösningarna vinner.

#### Sökord:

Press Releases, 2015, XC70 (2008-2016), Product News

Beskrivningar och fakta i detta pressmaterial avser Volvo Car Sverige AB:s nationella modellurval. Den utrustning som anges kan vara extrautrustning. Fordonsspecifikationerna kan skilja sig åt mellan olika länder och kan ändras utan föregående varning.

## Relaterade bilder



[Fler Bilder >](#)

[media.volvocars.com >](https://media.volvocars.com)

[volvocars.com >](https://volvocars.com)

Copyright © 2025 Volvo Car Corporation (or its affiliates or licensors).