

HTC HAR ISCENSATT VÄRLDENS FÖRSTA MODEFOTOGRAFERING I FRITT FALL MED EN SMARTPHONE. DETTA ÄR STARTSKOTTET FÖR HTC:S NYA VARUMÄRKESSTRATEGI "REKOMMENDERAT AV"

HTC, världsledande tillverkaren av smartphones, lanserar sin nya varumärkesstrategi

"Rekommenderat av". HTC kommer från och med nu endast kommunicera med hjälp av användare av HTC:s smartphones. Marknadsföringen kommer att baseras på konsumenters användarupplevelser – personliga erfarenheter leder till personliga rekommendationer.

Denna strategi kommer att tillämpas i alla kommunikationskanaler och omfattar därmed allt från PR, CRM, TV, bio, online, digitala- och sociala medier, samt alla återförsäljare. "Rekommenderat av" är ett globalt initiativ för att lansera nya HTC One™-

Den nya strategin inleds med en ny tv-reklam från HTC där en konsuments personliga upplevelse står i centrum. En fotografstudent genomför världens första modefotografering med en smartphone, i fritt fall. Tittarna får bekanta sig med Nick Jojola, ett HTC-fan som älskar att fotografera. Han har aldrig tidigare tagit kommersiella bilder eller hoppat fallskärm. I filmen ser vi honom videofilma och ta bilder men en HTC One-smartphone när han faller fritt i över 200 km/h. Detta gav Nick inte bara en oförglömlig personlig upplevelse – det skapade också en fantastisk produktdemonstration ur verkliga livet.

Kampanjen som lanseras i Sverige den 10 april skapades av reklambyrån Mother och är lokalt anpassad av ZUPA RECOMMENDED. Filmen är gjord i Arizona och regissören Sara Dunlop från Rattling Stick Productions satte ihop ett unikt team för att skapa film, i fritt fall. Teamet bestod av kameramannen och världsmästaren i fallskärmschoppning Norman Kent, modellen Roberta Mancino, modestylisten för LA Times Hayley Atkins samt Hollywoods kostymdesigner Martin Izquierdo.

Teamet arbetade vid skymning och gryning för att resultatet bättre skulle åskådliggöra HTC One™-seriens förmåga att spela in video och ta bilder på samma gång samt instant capture-funktionen, dvs ta ett foto på mindre än 1 sekund. HTC One™-serien utmanar kompakta digitalkameror genom att erbjuda en mängd olika funktioner såsom bästa bildkvalitet även i svagt ljus (tack vare en F2.0-bländare), bildtagning direkt när man trycker på knappen, automatisk fokusering, burst mode (upp till 99 bilder på en gång) och bakuppläst HDR-teknologi samt förmågan att skapa stillbilder från redan inspelat HD-videomaterial.

Malene Holm, chef för marknadsföring & kommunikation på HTC Norden förklarar: "I en värld där konsumenterna får allt mer inflytande och fler medel att dela med sig av sina åsikter med, är personliga rekommendationer en avgörande faktor vid köpbeslut. Vi är ett företag som baserar vår produktutveckling på konsumenternas önskemål och därför gav vi en utvald användare chansen att själv uppleva en HTC One under extrema förhållanden och berätta om vad han tycker. Genom att ge honom möjlighet till denna unika upplevelse fick han en personlig erfarenhet som ledde till en äkta rekommendation.

Målet med strategin "Rekommenderat av" är att samla in och dela rekommendationer för att därigenom berätta om HTC One genom alla HTC:s egna kommunikationskanaler samt via externa medier. Vi har därför bjudit in ambassadörer till att testa produkterna i samband med att de kommer ut i butikerna. Aktiveringen sker genom samarbete med mobiloperatörer och andra återförsäljare av HTC:s smartphones samt på nätet och via digitala- och sociala medier.

Malene Holm fortsätter: "Vi omfamnar våra kunders personliga erfarenheter och intryck av våra nya produkter och implementerar dem direkt i vår kommunikation med andra kunder.

Om HTC:

HTC Corp. (HTC) grundades 1997 och har sedan dess tagit fram många prisbelönade smartphones och banbrytande innovationer. Genom att sätta människor i centrum för allt de gör flyttar HTC gränserna för design och teknologi för att skapa innovativa och personliga upplevelser för användare runt om i världen. HTC:s portfölj inkluderar smartphones och surfplattor med HTC Sense™, ett grafiskt användargränssnitt i flera nivåer som ger en betydande förbättring av användarupplevelsen betydligt. HTC är börsnoterat i Taiwan (TWSE: 2498). För mer information, gå till www.htc.com.

Om Mother:

Med säte i London, New York och Buenos Aires anses Mother vara en av de mest progressiva och kreativa reklambyråerna i världen. Mother London är Storbritanniens största oberoende byrå och utsågs till "Årets reklambyrå" år 2010 av tidningen Campaign för sitt exceptionella arbete.

www.motherlondon.com