PRESSEMEDDELELSE

TimoCom overrasker med kreativ og anderledes reklame
It-udbyder starter kampagne for sine europæiske transportplatforme

Düsseldorf, 18.07.2013. "Hvis jeg besvimer lige om lidt, skal I ikke tage jer af det, ok? Jeg presser altid mig selv til det yderste." Det er en grå mandag morgen i fotostudiet nær Düsseldorf. Fragtbørsudbyderen TimoCom befinder sig lige midt i optagelserne til den nye paneuropæiske reklamekampagne. Foran kameraet står Nadine Dilly, som ud over sit job som fotomodel og skuespiller også arbejder som professionel fotograf: "Heldigvis havde jeg for nogle dage siden et job sammen med en komiker. Han gav mig nogle gode råd med hensyn til at skære ansigter." Om komikerens tips og tricks har givet pote er op til hver enkelt at bedømme.

Reklame der ikke virker som reklame

At reklamer inden for logistik ikke behøver at være kedelige og forudsigelige beviser it-virksomheden TimoCom fra Düsseldorf med sin nye kampagne. "Vi har fokus på de mennesker, som arbejder med vores produkter. Vi ønsker at levere mere end rene produktinformationer, vi vil også underholde lidt", forklarer Marketing Director Christof Thesinga. I den forbindelse er der blevet udarbejdet et helt nyt koncept og booket professionelle skuespillere, locations og udstyr. Det særlige ved denne kampagne er, at TimoCom ikke givet ordren til et eksternt reklamebureau, men satset på sin egen marketingafdelings kompetencer. Afdelingen bestående af 50 mand har udviklet, planlagt og udført næsten det hele selv – herunder oversættelserne til 24 sprog.

Printannoncer, flyer, microsite, video, social media

Virksomheden fra Düsseldorf starter med fire annoncer, som fortæller små hverdagshistorier fra transportbranchen. Her lærer læserne speditøren Pia,vognmanden Martin og transportkøberenChris at kende på en sjov måde, og tilsammen repræsenterer de vigtigste kundegrupper inden for transportbranchen. "Selvfølgelig ønsker vi også at forvirre læserne en smule. Måske polariserer reklamerne jo oven i købet. Det er stadig bedre end at være ligegyldig", mener Thesinga. De trykte medier er dog kun en del af kampagnens brede spektrum. "Når man hører ordet reklame, er der mange, som først tænker på annoncer eller plakater. Men at være synlig online i form af microsites, bannere og social media-indlæg hører i lige så høj grad med", tilføjer TimoComs Marketing Director. Således kan Pia,Martin og Chris allerede nu ses på virksomhedens officielle hjemmeside. Snart endda også på video.

Yderligere informationer om TimoCom finder du på **www.timocom.dk.**

Længde: 2.548 tegn inklusive mellemrum

Om TimoCom
TimoCom Soft- und Hardware GmbH blev grundlagt i 1997 og er it-leverandør til alle virksomheder inden for transportområdet. På få år har TimoCom udviklet sig fra en iværksættervirksomhed til et mellemstort foretagende. Med et stort team af internationale medarbejdere tilbyder TimoCom to europæiske transportplatforme: TC Truck&Cargo®, markedslederen blandt fragt- og laderumsbørserne samt TC eBid®, onlineplatformen til transportlicitationer.

I transportbørsen, TC Truck&Cargo®, tilbydes både fragt og ledig kapacitet over hele Europa. TC eBid® hjælper transportkøbere fra industri og handel samt speditører med deres licitationsstyring og forenkler afviklingen mellem dem og transportleverandørerne.



Pressekontakt

Maria Toft Madsen

Country Manager Danmark

TimoCom Soft- und Hardware GmbH

In der Steele 2
D-40599 Düsseldorf

 +49 211 88 26 69 50

 +49 211 88 26 59 50 mtoftmadsen@timocom.com
 www.timocom.dk