

Nowe oblicze Sokółka Okna i Drzwi SA

Pod koniec marca br. rozpoczęła się nowa, ogólnopolska kampania wizerunkowa firmy Sokółka Okna i Drzwi SA, polskiego producenta okien i drzwi. Są to największe i najbardziej intensywne działania marketingowe Spółki od ośmiu lat. Za kreację kampanii, odpowiadają agencje Umbrella Marketing Group z Warszawy oraz 4e z Białegostoku.

Grupą docelową działań są mieszkańcy dużych i średnich miast, w wieku 35-50 lat. Akcent w działaniach marketingowych oraz kreacji reklamowej, położony został na takie wyróżniki marki, jak: naturalność, jakość oraz estetyka. Za zaplanowanie kampanii reklamowej w mediach, odpowiedzialny jest dom mediowy Starlink. Działania obejmują zarówno media lokalne, jak i ogólnopolskie, w tym telewizję i radio. Reklama w prasie opierać się będzie na specjalistycznych tytułach branżowych oraz najpopularniejszych czasopismach wnętrzarskich. Kampania reklamowa będzie wspierana przez intensywne działania public relations. Budżet kampanii wynosi 750000 zł. netto. Kampania trwa od 24 marca do końca kwietnia. Sokółka SA to producent stolarki okiennej i drzwiowej, działający na polskim rynku od początku lat 70-tych.