

Noua campanie publicitară HORNBACH deschide o lume a posibilităților

București, 19 septembrie 2018 **HORNBACH, unul dintre principalii retaileri locali de materiale de construcții și grădinărit, și-a lansat noua campanie integrată de marketing – Lumea Posibilităților –, prin care le arată clienților importanța utilizării serviciilor HORNBACH în asigurarea reușitei proiectelor proprii. Pentru această campanie, HORNBACH a apelat la expertiza agenției cu care lucrează de obicei pentru astfel de proiecte – HEIMAT Berlin.**

„Pentru a putea sprijini clienții în realizarea proiectelor în orice situație și în orice moment, HORNBACH combină, în mod constant, serviciile sale din magazin și din mediul online, întotdeauna în beneficiul clienților. Dorim să se știe exact cât de multe posibilități are un client HORNBACH”, a declarat Mugurel-Horia Rusu, Director General HORNBACH România.

Campania se desfășoară pe TV, în online, social media și pe panourile stradale și pornește de la întrebarea „Ce ar fi proiectul tău fără posibilitățile de la HORNBACH?”.

Pentru a răspunde unei astfel de provocări, HEIMAT a conceput o serie de cinci spoturi video prin care sunt puse în valoare, într-o manieră surprinzătoare, numeroasele servicii oferite de HORNBACH. Atenția deosebită la detalii și punerea impecabilă în scenă a situațiilor au transformat un subiect precum „prestarea de servicii” într-o campanie de imagine cu un impact emoțional puternic.

Locul acțiunii este, în mod evident, un magazin HORNBACH. Pus în scenă într-un mod emblematic și misterios, acesta reprezintă în același timp locul evenimentelor, dar și o îmbinare cu serviciile digitale. Legăturile dintre scene fac ca interconectarea serviciilor online și offline să fie clară.

Vedem cum un client testează voios, în zona de accesorii de baie, un duș, pentru a afla că visul unei băi perfecte devine realitate numai cu ajutorul unei consilieri profesionale și a serviciului de montaj.

Un alt client se bucură de posibilitatea de a alege dintr-un sortiment impresionant de lemn, dar i se aduc la cunoștință două aspecte fără de care proiectul nu ar fi un succes: serviciul de debitare și cel de transport.

„HORNBACH reprezintă pentru noi o catedrală a meșteritului. Astfel am pus în scenă suma posibilităților pe care le conține. Exact ca într-o piesă de teatru. Într-un mod impresionant și cu o doză sănătoasă de nebunie HORNBACH”, afirmă Guido Heffels, șeful Departamentului de Creație din cadrul agenției HEIMAT.

Mai multe detalii despre serviciile oferite de Hornbach găsiți la adresa www.hornbach.ro/servicii

###

Despre HORNBACH România

Fondată în anul 1877, HORNBACH este singura companie din domeniul construcțiilor și grădinăritului care se poate mândri cu o istorie de 6 generații. În acest moment, concernul deține 157 de magazine mixte de materiale de construcții și grădinărit, în 9 țări din Europa (Germania, Austria, Olanda, Cehia, Luxemburg, Elveția, Suedia, Slovacia și România), dintre care 6 în România (București Berceni, București Militari, București Balotești, Brașov, Timișoara și Sibiu).

Conceptul comercial și gama de produse sunt orientate în întregime către sprijinirea proiectelor clienților. HORNBACH le garantează acestora prețuri mereu mici, fiind lider de piață pe acest segment. În plus, calitatea excelentă a consultanței și a serviciilor oferite au fost confirmate de nenumărate studii și teste independente.

Prin pionierat, ca de exemplu deschiderea primului magazin mixt de materiale de construcții și produse de grădinărit (1968), a primului megastore (1980) și a primului magazin de materiale de construcții cu conceptul drive-in (2003), HORNBACH își dovedește în permanență forța inovatoare. De decenii, HORNBACH este considerat un angajator de top, în acest moment având aproximativ 20.000 de angajați care contribuie la succesul companiei.