

SEAT rompe los moldes en sus últimas campañas digitales para mostrar su gama más potente

Motor / 14-09-2021 / 12:36



SEAT rompe los moldes en sus recientes campañas de marketing para promocionar su gama de vehículos más potente. Desarrolladas con las agencias CATORCE y DDB Paris, destacan experiencias únicas con la mentalidad optimista de Barcelona.

La nueva campaña del SEAT León revitaliza los cuentos clásicos con los que todos hemos crecido, adaptando los personajes, situaciones y escenarios como reflejo de la sociedad actual. En esta campaña, Barcelona, ciudad emblemática para la compañía, se convierte en un mundo de cuento real. El cineasta español Segá, a través de Lee Films, combina la arquitectura urbana de la ciudad con elementos de la naturaleza salvaje.

"El SEAT León, el Ibiza y el Arona son pilares clave del éxito de nuestra compañía, por lo que las campañas debían captar la gran importancia para la marca. A medida que SEAT amplía su gama y su modelo de negocio con soluciones de movilidad urbana electrificada, también teníamos que cambiar las reglas del juego. Todas las campañas están impulsadas a través de las redes sociales y digitales, pero también se pueden ampliar a medios más tradicionales. Las ideas son inolvidables y la forma de llevarlas a cabo, emotivas. Involucrar a creadores de la comunidad, como por ejemplo Jackson Myles en la del Ibiza, para amplificar el impacto, es una gran idea. Nuestro veterano socio CATORCE y DDB París han sabido encontrar los aspectos más atractivos para publicitar cada propuesta", afirma Jason Lusty, Director Global de Marketing de SEAT y CUPRA.

"Los tiempos han cambiado, y también la importancia de los cuentos tradicionales, como los de hadas. Estas historias clásicas se han alejado de las normas de igualdad y los roles sociales que conocemos hoy en día. Por eso, en esta campaña, personajes tan queridos como Blancanieves o Caperucita Roja son empoderados para reescribir su final y convertirse en fuertes y

autosuficientes. El SEAT León entra en la narrativa como un coche moderno capaz no sólo de seducir a la conductora, sino también de permitirle contar su historia de forma diferente", afirma el director creativo de la agencia CATORCE, Toby Talbot.

Nuevas campañas creativas de la marca SEAT

Jóvenes y música, protagonistas en #AllMyFriends

El carácter social y juvenil del SEAT Ibiza es el motor de la campaña #AllMyFriends, que pretende mostrar los buenos momentos que pasarán los amigos en este coche. Es un punto de encuentro para los jóvenes y un lugar para socializar, escuchar música y celebrar su amistad. "El spot de lanzamiento retrata perfectamente esta idea, mostrando escenas llenas de música, baile y gente joven. Podemos ver cómo el propietario del coche -representado por el influencer de TikTok e Instagram, Jackson Myles- reúne a diferentes grupos de amigos en su SEAT Ibiza, siempre bailando al volante y divirtiéndose, casi como si el coche fuera un lugar de fiesta", explica Talbot.

Nuevas campañas creativas de la marca SEAT

#GetCarriedAway con el nuevo SEAT Arona

La nueva campaña del SEAT Arona, titulada #GetCarriedAway, ilustra la alegría con la que uno puede dejarse llevar por sus nuevas pasiones cuando tiene a su lado al compañero adecuado. El spot de lanzamiento, protagonizado por el Arona XP, retrata a una persona que se dedica con pasión a una nueva afición, que descubrió durante el confinamiento.

Nuevas campañas creativas de la marca SEAT

Todo listo. Un grito de guerra impulsado por los SUV de SEAT (https://youtu.be/f1_UIOQ1FJk)
Con una gama de SUV renovada, con una conducción divertida y poco convencional (Arona 2021, Ateca 2020 y Tarraco Plug-in Hybrid 2021), se acabaron los tiempos de aburrimiento. La nueva campaña modular hace hincapié en la necesidad de vivir experiencias positivas y lúdicas -que permiten los SUV de SEAT-, especialmente relevantes tras tiempos de encierro.

Nuevas campañas creativas de la marca SEAT

NOS MOVEMOS COMO TÚ: el mantra de SEAT sobre la e-movilidad urbana

Aunque en los últimos tiempos se ha puesto de manifiesto la necesidad de transformar los centros de las ciudades y de conseguir una movilidad más limpia e inteligente, SEAT ya ofrece una gama de soluciones de movilidad electrificada que cambia las reglas del juego. Rodada por los aclamados directores de cine y música Michel y Olivier Gondry, la campaña, ideada por DDB

París, celebra el movimiento perpetuo en un plano secuencia, capturando el ajetreo de la vida urbana y de barrio. Junto a los híbridos enchufables León, León SP y Tarraco, la campaña muestra los patinetes eléctricos de SEAT MÓ y el scooter eléctrico en un ballet visual, impulsado por la tecnología Motion Control y la banda sonora de la cantante emergente Dylan Cartlidge "Hang my head".

Autor: Redacción