



RENAULT
Passion for life

Izjava za medije
Novi Renault KADJAR



4/02/2019



RENAULT, PRVA AUTOMOBILSKA MARKA KOJA JE ZA SVOJ NOVI RENAULT KADJAR STVORILA VIRTUALNU AMBASADORKU



- Inovativna robna marka Renault pokreće reklamnu kampanju sa virtualnom ambasadorkom LIV za volanom novog KADJARA. Renault je prvi proizvođač automobila koji se odlučio za ovakav potez.
- LIV će prvi put osetiti prave emocije zahvaljujući novom KADJARU. Uživati će u novim benzinskim motorima TCe i Blue dCi dizel motorima. Takođe će iskusiti udobnost novog KADJARA u svim situacijama, čak i van puteva, zahvaljujući pogonu na sva četiri točka.

Kao što znamo, danas svi živimo dva života: stvarni i virtualni. *“Ljudi već dugo dele odnose na stvarne i virtualne. Pravimo razliku između stvarnog i nestvarnog, svetla i tame, itd. Veliki deo naše kulture zasniva se na ovoj razlici,* objašnjava sociolog Stéphane Hugon. Ova dualnost je nestala.

Granica između stvarnog i virtualnog sada je sve zamagljenija, stvarni svet pospešuje virtualni svet i obratno. Zašto onda svoju “virtualnu ličnost” ne biste povezali sa svojom “stvarnom ličnošću”? Zašto ne zamisliti sledeći korak, tj. virtualno biće kreirano putem kompjuterski generisanih slika koje bi postalo ljudskije, putem intenzivnog ljudskog iskustva vožnje s novim modelom marke Renault?

Ovo je izazov koji je Renault preduzeo za reklamnu kampanju za svoj novi Renault KADJAR, za koju je kreirao posebnu virtualnu ambasadorku nazvanu Liv. Ovo je prvi takav slučaj u automobilske industriji.

Danas svi živimo virtualni život na društvenim medijima i stvarni život. U Velikoj Britaniji ustanovljeno je da Britanci provedu u proseku skoro 2 sata dnevno na društvenim mrežama i skoro 6 sati dnevno povezani na internet¹. Međutim, postoji rastući društveni trend za

¹ Izvori: Digital i 2018 Global Overview, We Are Social



povratak autentičnim, bliskim odnosima i kontaktima, i otkrivanje ko smo mi zaista. Ovu želju za deljenjem autentičnih detalja iz našeg stvarnog sveta u virtualnom svetu potvrđuje buran uspon trenutnih formi društvenih medija. Tako ova dva sveta postaju jedan, u kome više nema granica, već uzajamno približavanje koje dalje uvećava iskrene i jedinstvene trenutke u našem životu.

“Ovo je smisao Renaultovog postojanja, njegov “raison d’être”. Uvek smo proizvodili vozila koja zadovoljavaju potrebe ljudi u stvarnom životu kako bi ga olakšali, ali istovremeno i učinili veličanstvenijim ... To dokazuje i slogan marke ‘Passion for life’(strast prema životu). Zbog toga sada nastavljamo sa lansiranjem našeg novog sportskog terenca Renault Kadjar. I ima li čega boljeg od virtualne ambasadorke za stvarni osećaj iza upravljača i za prikaz autentičnosti stvarnog iskustva?” reči su Gaëlle Le Grouiec, Renaultove direktorke za marketinške komunikacije za Evropu G9.



Novi Renault Kadjar je pravi, autentičan sportski terenac koji u potpunosti otelotvoruje ideju vodilju marke, tj. proizvoditi vozila za stvarne ljude, za njihov svakodnevni život i putovanja. On ima sve potrebne karakteristike: potpuno novi izbor benzinskih i dizel motora za povećanje zadovoljstva u vožnji i pogon na dva ili četiri točka. Takođe je udoban, prostran i pouzdan, dok je novi dizajn spoljašnjosti još atraktivniji.

U ovoj reklamnoj kampanji, Liv na početku još nepotpisan list, će se susresti sa autentičnim iskustvom vožnje, povratkom na ono što je stvarno.

Uz pomoć virtualne ambasadorke, Renault želi da dokaže koliko su autentični, inspirativni i uzbudljivi osećaji u vozilu i da je samo iskustvo, uprkos tome što je Liv potpuno virtualna, potpuno stvarno i još dragocenije.

Tokom svog putovanja, Liv će postepeno ostavljati sve veći utisak stvarne osobe, kakva će na kraju i postati.

“Liv sada postoji, to je činjenica. Ona će biti prisutna u svim našim medijima tokom ove kampanje za sportskog terenca, tako da ćete je sretati u digitalnim medijima, na televiziji itd. Takođe se nadamo da ćemo moći sa njom posetiti nekoliko evropskih država kako bi mogla da iskusi što više osećaja”, zaključuje Gaëlle Le Grouiec.

Saznajte više o kampanji: https://www.youtube.com/watch?v=H7-lhMMu_Nk