



2014-06-13 08:00 CEST

Telenor laver en U-vending på ny social kampagne

Facebook-kampagnen #detskalopleves skal inspirere danskerne til at kommunikere på nye og kreative måder. Men Telenor valgte i samarbejde med Wunderman som digitalt bureau at vende konceptet på hovedet, og fik den sjællandske by Vig til at hylde en lokal helt med en overdådig videohilsen. Og gennem et partnerskab med Sony Music optræder årets X-Factor-vinder Anthony Jasmin i videoen med duoens helt nye single, der indtil på mandag er eksklusivt tilgængelig i WiMP.

Med #detskalopleves vil Telenor inspirere danskerne til at kommunikere på nye måder og vise, at det at være teleselskab ikke kun handler om hardware og prisplaner, men i lige så høj grad om at binde folk sammen og give gode oplevelser til hinanden.

Derfor kan alle via Facebook indsende deres egen idé til, hvordan de vil overraske én eller flere andre med en personlig videohilsen og samtidig deltage i konkurrencen om at få ideen realiseret af Telenor. Den første vinder blev kåret for et par uger siden, hvor Charlotte fik mulighed for at sende en personlig og rørende hilsen til sin familie. I dag er kampagnens anden vinder blevet offentliggjort - men denne gang valgte Telenor at vende konceptet lidt på hovedet.

Lokalhelt hyldet på live-video

Ebbe Olsen på 74, der er tidligere barber, én af ophavsmændene bag Vig Festival og meget engageret i det lokale idrætsmiljø i den sjællandske by Vig, havde indsendt et ønske om at overraske alle sportsfolk i Vig for at skabe opmærksomhed om den nye idrætshal, byen mangler, efter den gamle brændte ned i fjor. Men da det kom Telenor for øre, at Ebbe er lidt af en

lokalhelt, valgte man at overraske ham i stedet – sammen med resten af Vig.

”Vi fandt ud af, at Ebbe er en kendt og meget afholdt person i lokalområdet, så vi syntes, det kunne være supersjovt at gå sammen med en mase mennesker fra Vig og overraske ham i stedet. Selvom det er lidt af en U-vending i forhold til det oprindelige koncept, er det rigtig godt i tråd med #detskalopleves, hvor vi gerne vil inspirere folk til at tænke kreativt i alle de kommunikationsmuligheder, der ligger i et stærkt netværk,” siger Steffen Trannerup, Senior Digital Consultant og ansvarlig for sociale medier i Telenor Danmark.

Videoen kan ses her: <http://youtu.be/2XoL73Wur08>.

X-Factor-vinderduo leverer lyden

I forbindelse med #detskalopleves er Telenor sammen med sit digitale bureau Wunderman indgået i et samarbejde med Sony Music, der har X-Factor-vinderduoen Anthony Jasmin som artist. Duoen optræder med deres helt nye single 'Stick Together' i videoen, der ifølge Telenor passer perfekt til universet i #detskalopleves:

”Stick Together er en super iørefaldende og glad sang, og Anthony Jasmin er charmerende, talentfulde og ikke mindst enormt folkelige i kraft af deres fortid i X-Factor. Derfor giver det rigtig god mening at bruge dem i forhold til vores målgruppe i en social kampagne som #detskalopleves. Deres udtryk og den nye single er godt i tråd med kampagnens positive budskab om at give noget til hinanden,” siger Steffen Trannerup.

Hos Sony Music er man også begejstret for partnerskabet, der giver Anthony Jasmin værdifuld eksponering til deres kernelyttere:

”For Anthony Jasmin har det været en anerkendelse, at Telenor valgte dem til kampagnen. Dels fordi der i branchen er rift om at få tilbudt kampagner, hvor man forener musikartister og budskab på den helt rigtige måde og skræddersyr kampagnen til den enkelte artist. Og så er der også et rigtig fint og folkeligt budskab i kampagnen, som vi synes, har en god synergi med Anthony Jasmin, idet det var helt almindelige mennesker ude i stuerne, der stemte på dem i årets X-Factor-finale,” siger Hannah Liljegren, Product Manager hos Sony Music.

Stick Together vil ind til på mandag være eksklusivt tilgængelig i WiMP, som Telenor tilbyder som en del af udvalgte abonnementsløsninger.

FAKTA: #detskalopleves

- Med #detskalopleves opfordrer Telenor kunderne til på en kreativ og underholdende måde at fortælle, hvordan de godt kunne tænke sig at give en god oplevelse til en anden person på Danmarks stærkeste netværk. Ideerne bliver indsamlet via Facebook og bliver derefter vist på kampagnesitet.
- #detskalopleves er samtidig en konkurrence, hvor to heldige vindere indtil videre har fået deres idé realiseret af Telenor. Vinderne er blevet udvalgt af en jury bestående af repræsentanter fra Telenor og Wunderman.
- Telenor lagde ud med at lave deres egen inspirationsvideo med Nis og Sus – et helt almindeligt dansk kærestepar.
- Stick Together er produceret af John Shanks og komponeret af Engelina Andrina Larsen (komponist af X-Factor vindersang), Patrick Spiegelberg (Glamboy P) og Michael Pærremand (producer for bl.a. Niklas).
- Den første vinder var Charlotte, der lavede en videohilsen til sin mor, moster og mormor. Hilsenen kan ses på kampagnesitet.
- Kampagnens koncept er udviklet af Telenor og Wunderman, og Wunderman har stået for hele produktionen af både kampagnesite og videoer.

Telenor hjælper danskerne med at skabe gode forbindelser via mobil og bredbånd. Vi er en del af en global virksomhed, som er et af Nordens største teleselskaber og en af verdens største leverandører af mobiltelefoni. Telenor er repræsenteret i 13 lande, og på verdensplan hjælper vi 208 millioner kunder med at kommunikere. I Danmark er vi ca. 1500 medarbejdere, som hver dag yder vores bedste for at gøre det enkelt og nemt for vores kunder at kommunikere. Det er vigtigt for os, at Danmark bliver et førende videnssamfund. Derfor investerer vi hvert år massivt i den danske teleinfrastruktur. I Danmark er CBB Mobil og Canal Digital også en del af Telenor-familien. Du kan læse mere om os på www.telenor.dk.

Kontaktpersoner



Telenors pressetelefon

Pressekontakt

info@telenor.dk

25 600 800