

Een sprookjesachtige campagne voor Luxus

Brussel, 17/02/2010 – Voor de campagne rond de opening van 2 nieuwe winkels deed Luxus een beroep op Emakina/Media, dat een aanvalsplan via meerdere media uitwerkte.

De schoenenwinkelketen Luxus opent op 26 februari en 5 maart de deuren van twee nieuwe winkels: een in Perwez en een in Froyennes. Om deze lancering in de verf te zetten maakte Emakina/Media een campagne rond twee grootse vipavonden die de rode draad vormen van de multimediale campagne:

- Een radiocampagne op Contact en Nostalgie over het thema 'Assepoester zoekt niet langer haar prins op het witte paard, maar wel haar schoentje'. De spot nodigt de luisteraars uit zich via sms in te schrijven voor de vipavond.
- Een publieportage in Le Soir en La Voix du Nord die de lezers inwijdt in de wereld van het merk Luxus.
- Banners in de lokale pers die de lezers uitnodigen zich voor de avond in te schrijven.

Dit alles leidt naar een minisite op www.luxus.be waar iedereen het universum van het vipevenement ontdekt, zich kan inschrijven en meer info vindt over de opening van de twee winkels.

Meer informatie

Laurent Jadot
PR Manager Emakina
Tél. : 02/400.40.21
GSM: 0475/98.43.87
E-mail: lja@emakina.com
www.emakina.com

Over Emakina

Emakina is een Europees netwerk van interactieve bureaus die hun klanten helpen met de integratie van het Internet in het geheel van hun activiteiten. Emakina is samengesteld uit de agentaschappen Emakina.BE (Brussel), Emakina.EU (Brussel), Design is Dead (Antwerpen), Emakina.NL (Rotterdam), groupeReflect (Parijs en Limoges) en The Reference (Gent). De groep Emakina heeft een waaier van diensten uitgebouwd rond zijn drie kernactiviteiten: interactieve marketing, informatieve websites en transactionele e- commercesites. Emakina is het grootste interactieve bureau in België. Emakina Group staat sinds 7 juli 2006 genoteerd op Alternext van Euronext Brussel (mnemo : ALEMK).