

ÉRTÉKEK KÖZÖS BEMUATÁSÁRA VÁLLALKOZIK A LEXUS ÉS A CNN

A világ vezető [környezetbarát hibrid](#) prémium gyártója, az autóiban bemutatkozó forradalmi, jövőbemutató technológiák mellett az azok kézműves, a luxus legmagasabb szintjét képviselő prémium kialakításáról, és a hozzájuk kapcsolódó kimagasló, elsőrendű szolgáltatási színvonalról ismert Lexus digitális tartalmakat érintő együttműködésbe kezd a [CNN](#) vállalattal (CNNIC). Ez a partnerség a Lexus alapértékeinek egyikére, a japán vendégszeretet – az Omotenashi – koncepciójára összpontosít, illetve annak alkalmazására a világ luxuscikk-szektorában.

A CNN Style szerkesztőségi sorozata, a, [‘Masters of Experience’](#) azt a szakértelmet, mesterségbeli tudást és kifinomultságot mutatja be, ami különleges élményeket teremt – vagyis azokat a pilléreket, melyekre a környezetbarát prémium autógyártóból az utóbbi években valódi életmód márkává váló [Lexus](#) DNS-e is felépül. Márkaként a Lexus énképe azon alapul, hogy lebilincselő élményeket nyújtson, miközben az Omotenashi jegyében a funkcióból érzelmet, a teljesítményből szenvedélyt és a technológiából képzelőerőt hoz létre. A Lexus-ügyfélélmény középpontjában az Omotenashi alapelve áll: előre látni az emberek igényeit, még mielőtt azok megfogalmazódnának. A hat videóból és nyolc multimédiás produkcióból álló sorozatban egyebek mellett szerepel egy beszámoló a három Michelin-csillagos svéd étteremben, a Fävikenben felszolgált 32 fogásos kóstolóról, valamint egy utazásról a japán Hétcsillagos Vonaton. Ezek a tudósítások azt vizsgálják, hogy az igényes, globális ügyfélkör hogyan törekszik új élményeket megtapasztalni és kiterjeszteni képzelőereje határait.

A [‘Pioneering Spirits’](#) tartalmi kivonatban jelennek meg a CNN International Commercial (CNNIC) saját, ‘create’ nevű stúdiójában készített interaktív tartalmak. Itt olyan emberekről szóló beszámolók találhatók, akik valami kimagaslót alkotnak műfajukban – legyen szó akár az új Lexus LS-ben felhasznált, 300 éves Takumi-hagyományon alapuló kézműves kiriko üvegről, akár az újfajta audio-környezetet létrehozó képzeletgazdag technológiáig. A tartalom megjelenik a CNN digitális platformjain, emellett pedig a CNN AIM (Audience Insight Measurement) illetve Turner’s Launchpad eszközök segítségével – meghatározott célcsoportok számára – a közösségi médiában is elérhető lesz. A kampány tárgya az [új Lexus LS](#), a belülről fakadó kreativitás jegyében tervezett és megalkotott autó, melynek célja, hogy új mérceként szolgáljon a jövő

prémium autói számára. A kampányban az új Lexus LS a CNN tudósításaiba illesztve jelenik meg a globális közönség előtt, megcélózva a francia, brit, olasz, spanyol, német, lengyel és orosz vállalati felsővezetői kört.

“Nagyon örülünk, hogy a Lexus stratégiai tartalomszolgáltató partnereiként vehetünk részt ebben a kampányban és hogy az Omotenashi lencséjén keresztül mutathatjuk be a Lexus márka értékeit. A CNN igényes tudósítói munkája, adatokban bővelkedő prémium tartalma és széles elérése garantálja majd, hogy a Lexus márka az összes központi piacon megfelelő hatást gyakoroljon a célcsoportokra.”- fogalmaz Petra Malenicka, a CNN International Commercial európai és amerikai reklámértékesítésért felelős alelnöke.

A CNN International Commercial

A CNN International Commercial (CNNIC) a Turner International egyik részlege, ami a CNN Egyesült Államokon kívüli érdekeltségeit működteti. Minden üzleti tevékenység összehangolása e részlegben történik, amelyek az olyan márkákhoz kapcsolódnak, mint a CNN International, a CNN en Español, a CNN Arabic, a CNN Style, a CNNMoney és a Great Big Story. Ez a tevékenység magában foglalja a reklámértékesítést, a szponzorációs partnerkapcsolatokat, az üzleti célú tartalomgyártást, a tartalomértékesítést, a márkahasználat engedélyezését, a disztribúciót, az out-of-home tevékenységeket és a világ legnagyobb nemzetközi hírszolgáltatója számára végzett üzletfejlesztési és marketing tevékenységeket. A CNNIC elismerten vezető pozíciót tölt be a nemzetközi reklámértékesítésben és a saját 'Create' egységében gyártott, díjnyertes üzleti célú tartalmak felhasználása terén. Az adatok korszerű felhasználásának és a digitális kapacitásoknak köszönhetően mindez erős és tartós partnerkapcsolatok kialakulását eredményezte számos, világszerte ismert márkával. A részleg tartalomértékesítési és felhasználás-engedélyezési egysége több mint 1000 társult vállalkozással áll szerződéses kapcsolatban, kezdve a CNN márka használatának engedélyezésétől egészen a tartalomszolgáltatási megállapodásokig és tanácsadási szolgáltatásokig. A CNNIC világszerte rendelkezik irodákkal, és jelentős központokat működtet Londonban, Hongkongban és Miami-ban.

###

További információ:

Varga Zsombor

PR manager

Toyota Central Europe Kft.

Tel.: +36-70-4000-990

E-mail: zsombor.varga@toyota-ce.com