

## Kund: SJ

Kontaktperson: Michel Rosta, VD, Miro Production & Event

Plats: Centrala Malmö

Tid: 2 juni 2005 (eftermiddag/kväll)



### Kampanjens syfte

Att locka folk till "Framtidståget", en stjärnspäckad och gratis konsert på Stortorget i centrala Malmö med artister som Martin Stenmarck och Alcazar. Syftet med turnén var att visa upp SJ som ett modernt och miljövänligt reseföretag. Förutom konserten kunde allmänheten beskåda SJ:s nya tåg, både dubbeldäckare och nyrenoverade X2000, på Malmö Centralstation.

### Kampanjens genomförande

Crowds ekipage trafikerade närområdet kring konsertplatsen på Stortorget. Vid parkerad annonsering delade personal ut flyers som harmonierade med affischernas stora bilder på den aktuella schlagerstjärnan Martin Stenmarck. Detta tilldrog sig stort intresse hos förbipasserande och när Crowds personal sedan informerade om att SJ dessutom anordnade konserten gratis, gick kampanjen som tåget...

### Varför valde ni CROWD?

Kampanjen ställde krav på snabbhet och flexibilitet. Klockan 11 fick Crowd förfrågan om att göra en eftermiddags- och kvällskampanj samma dag.

Klockan 15.00 rullade ekipagen ut på stan.

– Jag tycker att mediet är kul och annorlunda och de väcker en annan typ av uppmärksamhet i dagens mediebrus. När Crowd dessutom kunde visa prov på snabba ryck tog vi tillfället i akt. Jag kan inte se några nackdelar med mediet, säger Michel Rosta, VD för Miro Production & Event i Stockholm.