



NOTA DE PRENSA

Cromax estrena nueva campaña de imagen: Directamente del corazón

Cromax® acaba de lanzar una nueva campaña de imagen online en la región de Europa, Oriente Medio y África (EMEA), que lleva por título *Directamente del corazón*. El título engloba la idea en la que se inspira la campaña en torno a varios vídeos con las opiniones de pintores que usan los productos Cromax. La campaña se presenta las páginas webs de 13 países, en 11 idiomas, así como en la web de Cromax Europea (en inglés).

Diseñada para reforzar la propuesta de valor de la marca de incrementar la productividad en todo el taller, la nueva campaña presenta vídeos de entrevistas muy espontáneas a pintores que están en diferentes momentos de su carrera profesional: desde los que han usado Cromax durante mucho tiempo hasta los que han descubierto la marca hace poco. Cada uno de los testimonios tiene, además, una página propia que resume su experiencia con Cromax e incluye el vídeo de su entrevista.

Kevin Torfs, especialista de marketing digital en Axalta para la región de EMEA, lleva impulsando esta campaña desde sus inicios y comenta: “A la hora de decidir el enfoque de la campaña, nos pareció que el camino lógico a seguir era la idea de escuchar directamente las opiniones de los pintores que usan Cromax y que están encantados con la marca. Siempre escuchamos sus necesidades y desarrollamos soluciones que les permitan hacer su trabajo de forma más productiva y con unos resultados perfectos. Ellos son el corazón y el alma de la marca”.

Las entrevistas a los pintores son muy espontáneas y se han filmado en un ambiente relajado. Como la campaña es de ámbito europeo, los vídeos se han subtitulado en diferentes idiomas.



Hasta el momento, se han publicado las opiniones de cuatro clientes de Bélgica en las páginas web de Cromax. En breve se añadirán dos vídeos más con las opiniones de un cliente de Francia y otro de Alemania.

“Queremos crear una colección de entrevistas en vídeo a clientes de diferentes países. El próximo año, se sumarán las entrevistas a un cliente italiano y otro lituano y esperamos poder incluir también las opiniones de clientes de otros países”, explica Torfs.

La campaña también incluirá materiales promocionales, como blocs de notas, calendarios de pared y de escritorio, presentando a los clientes de la marca que participan en la campaña. Dichos materiales contendrán un código QR que se podrá escanear para acceder a la página web específica de la campaña desde un dispositivo móvil.

En opinión de Dries Van den Bergh, responsable de marca en Cromax para la región de EMEA, “los pintores realmente han conectado con la esencia tan especial de Cromax y con los motivos por los que los usuarios están encantados con la marca. Es algo que va más allá del envase de pintura. Es la capacidad de ayudarles a mejorar su técnica para que su trabajo sea más fácil y gratificante, y obtengan mejores resultados”.

Para ver la campaña, visite www.cromax.es/directamentedelcorazon.

Sobre Cromax®

Cromax®, una marca de pintura de Axalta Coating Systems (NYSE: AXTA), está diseñada para incrementar la productividad de los talleres desde la recepción del vehículo hasta la entrega del mismo, a través de nuestros sistemas de pintado, diseñados para ser aplicados de forma rápida y precisa. A ello se suman soluciones empresariales personalizadas, avanzada tecnología en la medida de color, apoyo en



marketing e innovaciones prácticas altamente productivas en el proceso del repintado. Cromax® ayuda a los talleres a centrarse en la evolución y el futuro de su negocio.

###

Words 592

Para información de prensa:

Marta Masqué Barri
DA Public Relations Limited
78 York Street
Londres W1H 1DP
Tel: +44 845 095 2800
marta.masque@dapr.com

Para más información:

María Mena
C/ Jesús Serra Santamans, 4
08174 Sant Cugat del Vallès
Barcelona
Tel: 93 610 6035
maria.mena@axaltacs.com