

Pressmeddelande 24 mars, 2009

Sweden.se lanseras i Europa med 15.000 Spotify-invites

Kampanjens syfte är att locka fler besökare till Sveriges officiella webbplats, Sweden.se. Söderhavet rekommenderade en nollbudget för media och tar istället hjälp av Spotify, som bidrar med 15.000 Spotify invites. Till att börja med.

Nu är det dags för resten av Europa att drabbas av Spotify-feber, med start i Frankrike. Sweden.se, Sveriges officiella webbplats, drar nu nytta av detta; 15.000 invites delas ut av musiknörden ”Torsten”, en märklig 3D-flashfigur som bor i music room på sajten. Torsten gömmer sig bakom en fejkad nyhet om Abbas återförening. För att få en Invite måste besökaren tipsa 3 kompisar om 3 svenska låtar. Initialt körs kampanjen i Frankrike.

Söderhavet ansvarar för idé, koncept, design och produktion av hela kampanjen. 3d och animation har gjorts av Loglo.

- Noll kronor i mediabudget är bra för kreativiteten och rimmar bra med vår syn på webbmarknadsföring hälsar Mattias Svensson, cd på Söderhavet, som just nu befinner sig på långresa i Söderhavet.

Länk till demosajt: http://soderhavet.com/CLIENTS/sweden.se/spotify_demo/

Kontaktpersoner:

Erik Lidsheim (vd Söderhavet), 0703-58 98 60, erik@soderhavet.com

Frida Roberts (Projektledare Sweden.se), (0)73-231 85 28, frida.roberts@si.se

Om Söderhavet:

Söderhavet arbetar med strategi, koncept och design för nya medier. Vi jobbar långsiktigt med bland andra Svenskt Näringsliv, Svenska Institutet, Svensk Handel, Fastighetsbyrån, Saco, Bosch, Polisen och Gunnebo Industrier.

Läs mer: <http://www.soderhavet.com>