



Arnold ja Nitro nimitetty Volvo Car Corporationin uudeksi kansainväliseksi markkinointiyhteistyökumppaniksi

Volvo Car Corporation on saanut valmiiksi kansainvälisten markkinointiviestintätoimistojen arviointityön ja nimittänyt Bostonissa sijaitsevan Arnoldin ja lontoolaisen Nitron uudeksi kansainväliseksi yhteistyökumppanikseen. Volvon strategisen markkinoinnin potentiaalisia toteuttajaehdokkaita oli arvioitu viime joulukuusta lähtien. Yhtiön johtoryhmä päätti tällä viikolla valita tehtävään Arnold/Nitron. Päätöksen perustana oli toimiston ideoiden vahvuus, halu viedä Volvo -merkkiä eteenpäin ja kyky työskennellä Volvon kanssa globaalilla tasolla.

"Uskomme, että Arnold/Nitro on keskittyneen strategisen ajattelunsa ja innostavien ideoidensa ansiosta paras valinta kiihdyttämään Volvo -merkin jatkuvaa kasvua. Halusimme tehokkaan ja kattavan ajatusmallin, joka tukisi rikkaita perinteitämme turvallisuuden, ympäristöystävällisyyden ja skandinaavisen muotoilun saralla ja tekisi niistä entistä tunnepitoisempia", toteaa Volvon kansainvälisen markkinoinnin johtaja Tim Ellis.

Arnold/Nitron työryhmää johdetaan Bostonissa sijaitsevasta Arnoldin toimistosta käsin. Se vastaa Volvon kansainvälisen mainonnan strategisen ja luovan kehityksen hallinnasta. Työryhmän ensimmäinen tehtävä on luoda tulevat kansainväliset lanseerauskampanjat uusille V70- ja XC70-malleille, jotka esiteltiin aikaisemmin tänä vuonna Geneven autonäyttelyssä. V70 ja XC70 muodostavat määrällisesti Volvo -malliston suurimman tuoteryhmän.

"Meidän mielestämme Arnold/Nitron työryhmää ohjaa oikea näkemys, intohimo ja energia. Kyseessä on jalat tukevasti maassa pitävä yhteistyökumppani, jolla on kansainvälistä kokemusta ja tietoa haastavasta autoteollisuudesta", Tim Ellis jatkaa.

Markkinointiviestintäkumppanin valinnan viimeiseen vaiheeseen osallistui neljä kansainvälistä toimistoa. Mukana olivat aikaisempi yhteistyökumppani EuroRSCG (New York ja Lontoo), amsterdamilainen 180 sekä Minneapolisin ja Lontoon Fallon-toimistot.

Markkinointiviestintätoimiston vaihdolla on välitön vaikutus Lontoossa ja New Yorkissa sijaitsevaan kahteen nykyiseen luovaan keskukseseen. Päätös ei vaikuta suoraan muihin markkinointiviestintätoimistojen kanssa tehtyihin paikallisiin sopimuksiin.

27.4.2007