**Zleć to profesjonalistom – ruszyła telewizyjna kampania Metrohouse**

**Sieć biur nieruchomości Metrohouse rozpoczęła kampanię reklamową w telewizji i Internecie**

Sieć biur nieruchomości Metrohouse rozpoczęła kampanię reklamową w telewizji i Internecie. Jest to największa w ostatnich latach kampania prowadzona przez firmę działającą w branży pośrednictwa nieruchomości.

Akcja „Zleć to profesjonalistom” adresowana jest do klientów, którzy zamierzają w najbliższym czasie wystawić do sprzedaży swoją nieruchomość. Stworzony w konwencji komiksu spot reklamowy opowiada o perypetiach bohatera, który zmaga się z niełatwym procesem sprzedaży swojego mieszkania. – Zależało nam na przekazaniu łatwej do zapamiętania historii, która w przystępny sposób ukazywałaby atuty współpracy z pośrednikiem i przyczyniała się do ocieplania wizerunku profesji agenta nieruchomości. Zastosowana forma komiksu pozwoliła nam we właściwy sposób wyeksponować żółto-czarne kolory korporacyjne i logotyp, który od kilkunastu lat widoczny jest w przestrzeni publicznej, mówi Marcin Jańczuk, dyrektor ds. marketingu i PR Metrohouse.

W ramach kampanii TV zaplanowano emisję 30-sekundowych spotów oraz bilboardów sponsorskich, które z różną intensywnością będą pojawiać się do końca lutego br. Kampanii telewizyjnej towarzyszy emisja spotów w Internecie, m.in. w mediach społecznościowych oraz serwisach VOD, a także lokalnie prowadzone kampanie w rozgłośniach radiowych i na bilboardach.

Działania reklamowe pośredników nieruchomości w skali ogólnopolskiej to rzadkość. Jest to wynikiem specyfiki branży, w której większość przedsiębiorców działa na lokalnych rynkach. Metrohouse jest jedną z nielicznych agencji działających na terenie całego kraju, łącząc obsługę rynku nieruchomości z pośrednictwem kredytowym.

Za kreację i produkcję spotów odpowiada dom produkcyjny Incydent, natomiast za media plan, prowadzenie kampanii i jej optymalizację - Grandes Ideas.