



Sony Music valde Getonboard och SJs tåg som marknadsföringskanal för Bruce Springsteens nya samlingsalbum.

Tillsammans ville vi skapa en "rock'n and roll-upplevelse" för resenärerna och på så sätt lyfta både CDn och den kommande konserten i början av maj.

Valet föll på snabbtåget SJ 3000: brickbord, digitala skärmar, konceptet Lucky Chair samt en ljudslinga med Springsteens musik i Bistron.

Kampanjen var mycket uppskattad av både SJs resenärer, Sony Music och personalen ombord på tågen. Den fick dessutom genomslag i både analoga och sociala medier.



"Att marknadsföra nya Bruce Springsteen-samlingen (Collection 1973-2012) på SJ 3000-tågen känns helt rätt. Ambitionen är att nå ut till en något mognare målgrupp, både i och utanför storstaden, i en modern och mottaglig miljö. Musik är ju bland det bästa som finns och vi har med SJ hittat ett kul kampanjupplägg där resenären inte bara ges möjligheten att få lyssna på Springsteen-samlingen i sin helhet till en kopp kaffe utan även, med lite tur, kan vinna albumet att ta med hem. Gäller bara att sitta på rätt plats."

Daniel Höglund, Sony Music

CDON.COM

