



Spotify faz primeira campanha da assinatura premium na TV

Peças mostram as vantagens de obter um plano familiar



Nesta terça-feira, 4, o Spotify veicula a campanha de mote “Vicieí minha família em...”, a primeira comunicação na TV sobre o modelo do plano de assinaturas premium do streaming de áudio. O plano em questão é o familiar que, além dos benefícios comuns — como ouvir offline e sem anúncios — pode contemplar até seis pessoas que moram no mesmo endereço, conta com uma playlist exclusiva atualizada com as músicas que a família mais escuta e dá acesso ao aplicativo Spotify Kids.

Na campanha, criada pela CuboCC e produzida pela O2 Filmes, famílias são retratadas como viciadas em diferentes artistas brasileiros, como Alceu Valença, Galinha Pintadinha, Marília Mendonça, Anavitória, Los Hermanos e MC Kekel. A comunicação tem peças para TV aberta e por assinatura, spots de rádio e mídia digital no próprio aplicativo do Spotify. Ela será veiculada até 8 de setembro.



Clique nas imagens e assista

Fonte: Meio e Mensagem, 04 de Agosto de 2020.



comercialonline.tv.br