

Thermor continúa apostando por el derecho al confort en una campaña de cobertura nacional



Thermor vuelve a apostar por los profesionales del sector y lanza una campaña de comunicación 360 con el fin de promocionar las calderas de condensación y los sistemas de aerotermia que permiten ahorrar desde un 30% hasta un 78% de consumo energético.

Durante las próximas semanas Thermor estará presente en las radios y los televisores de nuestro país con una campaña de cobertura nacional. Patrocinando el tiempo en Antena 3 y con cuñas en las principales emisoras de radio españolas (SER, Onda Cero y Catalunya Radio).

La campaña tiene como eslogan “El confort no debería ser un lujo sino un derecho universal”. Y es que Thermor apuesta por productos de alta eficiencia que permiten al consumidor ahorrar en su factura de consumo energético y reivindicar su derecho a disfrutar del mejor confort térmico.

La marca lanza también una campaña de comunicación online, en redes sociales y en los portales y medios digitales de mayor cobertura con especial énfasis en formatos de alto impacto como el vídeo o los banners interactivos. Una campaña dirigida al usuario final que, además, premiará a aquellos que se informen sobre las novedades de la marca con un sorteo realmente sorprendente: un año de calefacción gratis. Una propuesta orientada a impulsar las ventas de sus productos pero, también, a promover el derecho al confort térmico en los hogares.