

Kolejna odsłona kampanii „True Originals – Prawdziwe Oryginały” promuje części do samochodów użytkowych

- Wielokrotnie nagradzana kampania podkreśla jakość i wytrzymałość oryginalnych części TRW do pojazdów ciężarowych
- Oferta obejmuje elementy układu hamulcowego, kierowniczego oraz zawieszenia
- Produkty wyróżniane w niezależnych testach wytrzymałości, efektywności pracy oraz bezpieczeństwa w ekstremalnych warunkach



ZF Aftermarket ogłasza nową odsłonę wielokrotnie nagradzanej kampanii TRW „Prawdziwe Oryginały”. Tym razem firma koncentruje się na podkreśleniu jakości i wytrzymałości części układów hamulcowych, kierowniczych i zawieszenia do pojazdów użytkowych z serii TRW Proequip. Zgodnie z koncepcją kampanii „Prawdziwe Oryginały”, jej twarzą został Erik Larsson – zawodowy kierowca ze Szwecji zajmujący się spedycją w rejonie koła podbiegunowego. Kampania multimedialna obejmuje krótki film oraz objaśnienia, jak dzięki bogatemu zapleczu technologicznemu Grupy ZF części marki TRW do pojazdów użytkowych są w stanie sprostać wyczerpującym testom w najcięższych warunkach.

Czerpiąc ze stuletniego doświadczenia

„Prowadzenie pojazdu ciężarowego i jego skuteczne wyhamowanie stanowią wyjątkowe wyzwanie inżynierskie. Najwyższej klasy eksperci już od ponad 100 lat pracują nad rozwojem oferty części skierowanych do pojazdów ciężarowych” – wyjaśnia Richard Adgey, Szef działu Inżynierii Produkcji.

„Każda część TRW przeznaczona do samochodów ciężarowych sprawdzana jest w ekstremalnych warunkach: w laboratorium, na torze oraz na drogach. Daje to pewność, że części te są niezawodne nawet w najtrudniejszych warunkach. Nasi klienci wymagają od nas produktów najwyższej jakości, które sprostają najcięższemu wyzwaniu”.

Stworzone przez Prawdziwych Oryginałów dla innych Prawdziwych Oryginałów

Zgodnie z zamysłem kampanii, również w najnowszej jej odsłonie wystąpił „Prawdziwy Oryginał”. Tym razem gwiazdą został Erik Larsson, który dostarcza towary mieszkańcom i firmom w Szwecji w rejonie koła podbiegunowego.

Dynamiczna historia opowiada jak lokalni mieszkańcy polegają na Eriku, nie tylko w kwestii dostarczania artykułów pierwszej potrzeby. Dzięki jego pracy mogą liczyć na produkty i materiały potrzebne do codziennego funkcjonowania w ekstremalnym klimacie. Z kolei Erik polega na częściach TRW do pojazdów ciężarowych, dzięki którym może dotrzeć do swoich klientów. Historia Erika pokazuje jego pełne zaufanie do marki, która zapewnia jakość i wytrzymałość pozwalające mu przemierzać najtrudniejsze szlaki, w najtrudniejszych warunkach klimatycznych – wszystko po to, aby nie zawieść lokalnej społeczności na północy Szwecji.

Wyjątkowy asortyment

Dostarczając wszelkiego typu systemy bezpieczeństwa do pojazdów każdej klasy, koncern ZF zdobył bogate doświadczenie w zakresie znajomości materiałów oraz procesów ich produkcji, dzięki czemu produkowane części do pojazdów użytkowych odznaczają się znakomitymi parametrami pracy, bezpieczeństwa oraz trwałości.

Klocki hamulcowe TRW do pojazdów użytkowych są produkowane z najwyższej jakości materiałów ciernych, gwarantujących idealną mieszankę i wręcz podręcznikowe parametry. Aby spełnić wytyczne specyfikacji oryginalnego asortymentu (OE), oferta tarcz hamulcowych do pneumatycznego systemu hamulcowego obejmuje produkty z homologacją ECER90. Wśród części układu kierowniczego znalazła się natomiast wielokrotnie nagradzana innowacyjna końcówka drążka kierowniczego XCAP. Dzięki niewielkim rozmiarom jest mocniejsza i bardziej wytrzymała od poprzedniej wersji, a dodatkowa osłona przeciwpływowa zapewniającej lepszą ochronę. Zmniejszony moment obrotowy zapewnia też lepszy komfort kierowania.

Numer jeden w niezależnych testach

W testach branżowych części TRW do układów kierowniczych i zawieszenia HCV otrzymały najwyższą ocenę za trwałość, jakość i parametry – na przykład od Fraunhofer Institut w ramach testów trwałości i niezawodności układu, LBF, Darmstadt. Podkreśla to, jak ważne jest stosowanie w pojazdach ciężarowych części o specyfikacji wyposażenia oryginalnego (OE), w celu skrócenia przestoju związanych z koniecznością przeprowadzenia napraw w pojeździe.

Kampania na medal

Koncepcja połączenia postaci „Prawdziwych Oryginałów” z rolą, jaką pełnią w firmie i pokazanie jak w szerszej perspektywie wpływają na siebie cieszy się niesamowitą popularnością. Tylko w 2016 roku kampania znalazła się w finale kilku najważniejszych konkursów branżowych, od kategorii najlepszej koncepcji marki po konkursy dla twórców reklam w motoryzacji i marketingu.

„Popularność tej kampanii jest bezpośrednio związana z tym, że pozwala ona ludziom odnieść się do pasji, jaką wkładają w swoją pracę. Mogą oni dostrzec, w jaki sposób zaangażowanie jednostki wpływa na efekt końcowy” – komentuje Bahar Freedman, Dyrektor działu Globalnej Strategii Marketingowej.

Materiały kampanii są skierowane do wszystkich poziomów globalnego łańcucha dostaw: dystrybutorów, warsztatów i użytkowników końcowych. Kampania jest prowadzona w następujących krajach: Francji, Niemczech, Włoszech, Polsce, Portugalii, Rosji, Hiszpanii, Turcji i Wielkiej Brytanii.