**OPPO staruje z kampanią Serii Reno6**

**Dzisiaj rusza kampania telewizyjna OPPO promująca serię smartfonów Reno6, w której pojawi się Marcin Prokop, ambasador marki OPPO w Polsce. Działania reklamowe obejmują również, m.in., digital oraz nośniki wielkoformatowe.**

20 września, wraz ze startem regularnej sprzedaży smartfonów serii Reno6, rusza kampania reklamowa ukazująca zalety modeli OPPO Reno6 Pro 5G i OPPO Reno6 5G. Producent skupi się w niej na możliwościach wideo, które są wyznacznikiem serii smartfonów Reno od trzeciej generacji. Obydwa smartfony wyposażono w innowacyjne funkcje, w tym ulepszoną wersję cenionej przez użytkowników funkcji AI Highlight Wideo oraz w całkowitą nowość – funkcję Bokeh Flare Portrait Wideo, zapewniającą kinowej jakości efekt rozmycia tła.

Wsparcie reklamowe obejmie miesięczną kampanię telewizyjną z udziałem Marcina Prokopa, ambasadora marki OPPO w Polsce, digital OOH, druki wielkoformatowe oraz szerokie działania w internecie w tym w social mediach i współpracę z influencerami. Kampanię przygotowała agencja Brasil (odpowiedzialna za produkcję i kreację), za działania w social mediach odpowiada agencja House of Hype, natomiast zakupem mediów zajął się dom mediowy Spark Foundry. W obszarze PR OPPO wspiera agencja 24/7Communication.

Spot wideo można obejrzeć tutaj: [(743) OPPO Reno6 Pro 5G - Wyjątkowy Design - YouTube](https://www.youtube.com/watch?v=HaqJbwpWm8I)

**W celu uzyskania bardziej szczegółowych informacji prosimy o kontakt z**:

Piotr Żaczko, PR Manager

[*piotr.zaczko@oppo-aed.pl*](mailto:piotr.zaczko@oppo-aed.pl)

**O marce OPPO**

OPPO jest producentem inteligentnych urządzeń, który dostarcza produkty o unikalnym wzornictwie, wyposażone w innowacyjne technologie. Firma plasuje się w pierwszej piątce pod względem wielkości udziału w globalnej sprzedaży smartfonów. Obecnie działalność OPPO obejmuje ponad 40 krajów i regionów. Firma ma sześć instytutów badawczych i cztery centra B&R oraz międzynarodowe centrum wzornictwa w Londynie.

W Polsce marka obecna jest od stycznia 2019 roku i systematycznie buduje swoją pozycję na rynku. Obecnie ponad 60 procent Polaków rozpoznaje markę. Na początku września producent ogłosił utworzenie struktur regionalnych dla Europy Środkowo-Wschodniej z siedzibą w Warszawie. Aktualnie obejmują one swym zasięgiem 11 krajów, centrum testowe w Rumunii oraz zakłady produkcyjne w Turcji.