

 Universidad

Una imagen de la campaña, que en Andalucía se verá en las universidades de Sevilla, Málaga, Granada y Cádiz.

O2 impulsa una campaña dirigida a universitarios que comparten piso

R. D.

O2 ha puesto en marcha *Busco Piso*, una campaña dirigida a estudiantes universitarios que comparten vivienda durante el

inicio del curso académico. A partir de este planteamiento, O2 traslada a este contexto algunos de los atributos que caracterizan su propuesta de valor, como la transparencia, la sencillez, los

precios finales sin sorpresas y la ausencia de permanencia.

La iniciativa busca conectar con la Generación Z a partir de una situación cotidiana especialmente relevante para este público y de un código muy presente en sus conversaciones: las señales de alerta en la convivencia. La campaña les da la vuelta para convertirlas en señales de confianza asociadas a O2 y trasladar de forma cercana atributos de la marca como la transparencia, la sencillez, la confianza y la ausencia de permanencia. Durante tres semanas la campaña estará presente en 42 universidades españolas, lo que supone un alcance de más de 1,1 millones de estudiantes. Un proyecto que nace del trabajo realizado junto a la Universidad de Navarra, ganadora del desafío planteado por Telefónica en la VII edición Programa Eficacia Universidades convocados por la **Asociación Española de Anunciantes**.