

Pressemeddelelse 11.1.2019.

Oh Happydays!

Kør-selv-specialisten Happydays søgte sparring hos unge talenter, da de ville puste nyt liv i deres brand. Det kom der TV-reklamer, radioreklamer og en nyindspilning med et helt gospelkor ud af.

Happydays er den type virksomhed, der siden opstarten for snart 15 år siden altid har sat en ære i at kunne håndtere alle arbejdsopgaver inhouse. Man sender egne indkøbere på landevejen for at besøge hotellerne, man bygger selv mange af sine tekniske systemer, webshoppen er programmeret helt fra bunden på kontoret i Frederikshavn og naturligvis har man sin egen Marketingafdeling, der er eksperter i alle former for kommunikation. – *Vores tilgang til markedet har masser af fordele*, fortæller direktør Søren Idun. *Men nogle gange giver det også bare et ekstra boost, når man får friske unge kræfter til at se på sin virksomhed med nye øjne.*

Happydays besluttede sidste sommer, at man til den nye sæson ville puste nyt liv til sit brand. Man ville ud i hver en afkrog af kongeriget, og så havde man en vag idé om at gøre det med en nyfortolkning af det mere end 200 år gamle gospelnummer "Oh Happy Day". Opgaven blev givet videre i organisationen til Salgschef Britt Reese og Marketingchef Karin Wenzel, der skulle stå for at rulle opgaven ud i praksis. – *I salgsafdelingen har vi forhandlet med TV- og radiostationer hele efteråret, og nu har vi så endelig trykket på knappen for første del af de aktiviteter, der kommer til at brage igennem kanalerne det kommende halve år*, fortæller Britt Reese, og fortsætter; *Det er vores ambition, at vi skal have hele Danmark til at synge med på vores sang!*

Det er første gang Happydays har arbejdet målrettet med et egentligt brandingprojekt. – *Det har været en rigtig fed opgave*, fortæller Karin Wenzel. *Jeg var selv med til indspilningen med Joyful Voices, som Daniel fra Mørch Productions stod for, og jeg synes bare, at den sang indkapsler hele vores produkt og vores virksomhed – det er indbegrebet af glæde og fungerer genialt både på TV og på radio!* Billedsiden i TV-reklamerne, der kører på TV2's kanaler lige nu, blev varetaget af de unge mennesker fra Movimentum, der har markeret sig med en hel del produktioner i det nordjyske det seneste års tid. – *Vi kunne sagtens have givet opgaven til et stort, etableret og dyrt reklamebureau, men de her unge mennesker har altså bare det der blik for visuel levende kommunikation, som man sjældent ser, og der er virkelig krummer i de knægte.*

Kontakt:

Søren Idun, adm. dir. Happydays

96 21 13 11

si@happydays.nu

Movimentum

kontakt@movimentum.dk