

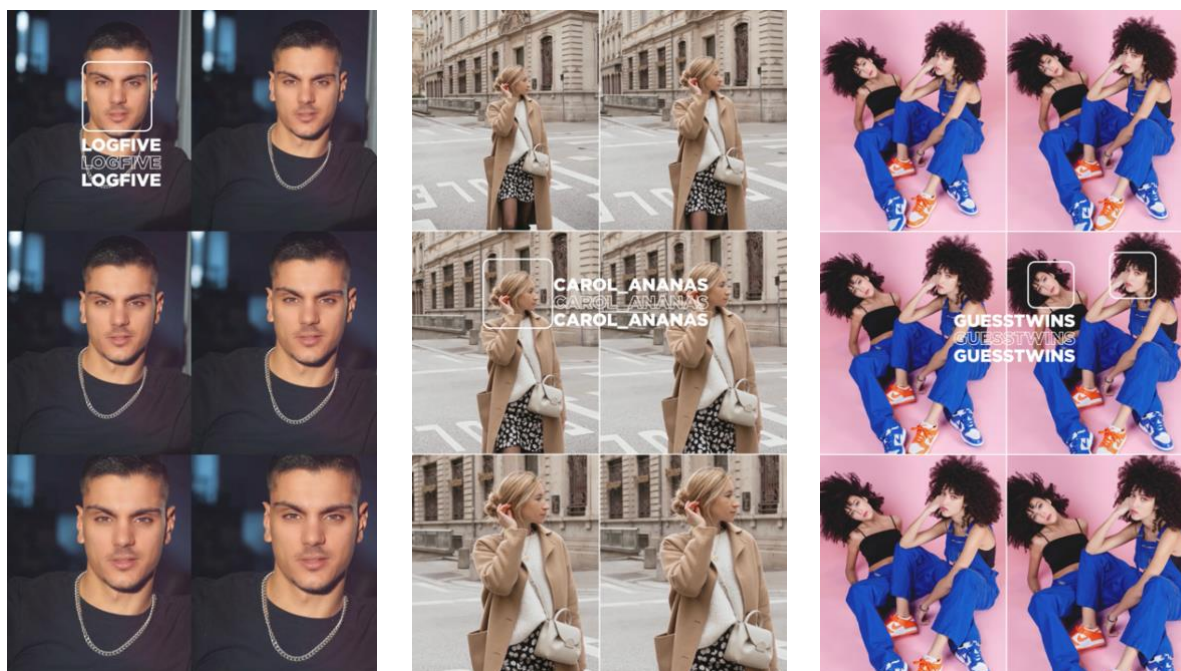
La dernière campagne influence de Motorola

T'as le geste ou tu l'as pas

Motorola met en avant la singularité de ses smartphones auprès de sa communauté via des influenceurs qui ont le geste

3 influenceurs s'emparent des Moto-gestes...

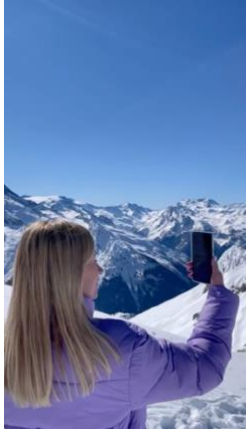
Dans le cadre de la campagne "T'as le geste" déployée en ce début d'année 2022, Motorola et l'agence Brainsonic ont fait appel à [Logfive](#), [Carol Ananas](#) et [Guesstwins](#) - connus pour leur forte notoriété auprès de la gen Z - pour les mettre au défi de se réapproprier les fonctionnalités uniques des téléphones Motorola.



...Pour mettre en avant les produits et agrandir la communauté de la marque

L'idée, en plus d'agrandir la communauté et engager des audiences de plus en plus jeunes pour la marque, est de mettre en avant les fonctionnalités des téléphones Motorola qui se déclenchent par des gestes – exemple : secouer le téléphone pour déverrouiller l'appareil photo, ou balayer pour réduire/diviser l'écran.

Les 3 influenceurs vont à leur tour illustrer les "Moto-gestes" à travers une vidéo Reel sur Instagram. Mais ça ne s'arrête pas là : une mécanique de jeu concours sera lancée sur les comptes des influenceurs à partir du 24/03, qui redirigeront ensuite les communautés vers le compte Instagram [@motorolafr](#) pour faire remporter un téléphone.



CONTACT

Manon Levesque - Cheffe de projet Communication & Marketing

manon.levesque@brainsonic.com

06 78 88 81 99