

## **NINJA WHIZZ DLA WIRTUALNYCH MEDIÓW O PIOSENCE Z REKLAMY, KTÓRA STAJE SIĘ PRZEBOJEM**

W portalu Wirtualne Media ukazał się artykuł dotyczący wybranego przez Whizz utworu muzycznego, który został wykorzystany w ścieżce dźwiękowej spotów reklamowych jednego z naszych Przyjaciół w biznesie. Piosenka „Open my eyes” tak podoba się widzom i słuchaczom, że utwór ma szansę stać się prawdziwym hitem.

Reklamy Grupy Murapol wg kreacji Whizz Ninja w ostatnich tygodniach można było oglądać w najpopularniejszych kanałach telewizyjnych, YouTube czy usłyszeć w radiu RMF FM. Nic dziwnego, że internauci zwrócili uwagę na wpadający w ucho utwór, który wybraliśmy specjalnie do ścieżki dźwiękowej spotów.

O nagłej i niezwyklej popularności utworu Mavericka Sabre „Open my eyes”, napisał m.in. serwis branżowy Wirtualne Media. Edyta Koczwarą, nasz ninja odpowiedzialna za opracowanie najbardziej efektywnych strategii, opowiedziała, jak wyglądał proces wyboru utworu do reklamy mieszkań. – Cieszymy się, że ścieżka dźwiękowa ze spotów wzbudza tak duże zainteresowanie. Wybierając muzykę towarzyszącą kampanii, braliśmy pod uwagę wiele tytułów, polskich i zagranicznych wykonawców. Szukaliśmy brzmienia oryginalnego, niebanalnego i wzbudzającego emocje. Takim utworem jest właśnie „Open my eyes” Mavericka Sabre i dlatego właśnie postawiliśmy na tego muzyka – cytując Edytę „Wirtualne Media”.