



## “Polowers” bate récords en Twitter

**El concurso “Polowers” encuentra ganador en tan solo 8 horas, un éxito sin precedentes de la innovadora campaña de Volkswagen en la red**

**Se enviaron 155.000 tweets por parte de los participantes, siendo el hashtag #polowers uno de los más usados en España durante el pasado lunes 21**

**El primer día del concurso participaron más 4.000 personas**

Barcelona, 23 de mayo 2012. El magnetismo del Polo es innegable, y la campaña Polowers es un claro ejemplo de ello. El concurso, que se inició el lunes 21 de mayo, y en el que Volkswagen entregaba un Polo al ganador, ha superado todas las expectativas posibles tras finalizar mucho antes de lo previsto. El site [www.polowers.com](http://www.polowers.com) ha recibido durante los primeros 17 días de campaña más de 115.000 visitas de usuarios únicos interesados en el Polo. Asimismo, ha aumentado considerablemente la notoriedad de Volkswagen España entre los usuarios de Twitter y se ha doblado el número de seguidores que tenía la marca antes de iniciar el juego.

En la web se registraron unas 4.000 personas que enviaron más de 155.000 tweets. Cada tweet publicado desde el site de Polowers hacía avanzar el Polo y colocaba a quien lo publicaba primero en la cola, asimismo, los Polowers podían controlar el depósito de gasolina del Polo para estimar el momento ganador.

Esta acción online coincide además con la nueva campaña televisiva “Súbete al Polo por 9.900€”, en la que Volkswagen ofrece unas inmejorables condiciones de compra, y por supuesto con toda la garantía que Volkswagen ofrece en todos sus productos.

Volkswagen sorprende una vez más con una original e innovadora campaña que ha revolucionado durante aproximadamente nueve horas la red social *Twitter*. Todo un éxito de convocatoria que pone de manifiesto una vez más el gran atractivo del Polo.

Más información:

[www.polowers.com](http://www.polowers.com)

[www.twitter.com/VW\\_es](http://www.twitter.com/VW_es)