

Philips-tv in modezaken

18-09-2007 00:00

De nieuwe Aurea-tv van Philips moet via modezaken verkocht worden. De fabrikant verkiest modewinkels boven elektronicazaken, omdat het de doelgroep – vrouwen die tussen de drie- en vierduizend euro willen uitgeven – zo eerder denkt te bereiken.

Het frame van de Aurea-tv neemt de kleuren aan van de beelden. Philips maakt voor het nieuwe product een reclamebudget vrij van vijftig miljoen euro.