

ЧЕТВЪРТТО ИЗМЕРЕНИЕ

Шести годишни награди на БАР за изключителни постижения в маркетинговите комуникации.



През последните 6 години ние от БАР работим активно за създаването и изграждането на живота в ЧЕТВЪРТТО маркетингово измерение. Ще докажем, че настоящата цел е постигната, защото успешно обединява пространството, в което се срещат рекламодатели, с желанието им за по-добро позициониране на продукти и услуги, рекламни агенции, с иновативни визии и креативен подход и студенти със свеж поглед върху процеса. Именно всички заедно са способни да се обединят в развитието и ефективността на маркетинговите комуникации в BAAwards 2019 – Четвъртото измерение.

Отправихме предизвикателство към всички.

Представяме победителите: рекламодатели-сребърна награда



Бела България представя кампания „Само мажеш и печеш“, отличена за маркетингова кампания в категория „Иновация в продукт или услуга“.



„Само мажеш и печеш“ от „Народен“

ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВОТО ПРЕД НАС

Предизвикателство беше да направим „нов прочит“ на един традиционен за българския пазар продукт – каймата. Да добавим стойност не само в продукта, но и в категорията, да накараме нещо познато да работи по нов начин.

МИСИЯТА НИ

Макар и консервативен, през последните години българският потребител ясно показва, че е готов да опита и да се довери на нови и различни типове продукти, стига те да му предложат необходимите качествени и емоционални ползи. Притежаваната експертиза в категория „кайма“ ни мотивира да погледнем в напълно нова посока на продуктово ниво и да предприемем стъпка в създаване на нещо ново и различно в категорията.



Продуктова иновация от „Народен“, която създава нови възможности за консумация, спестява усилия и време на всяко семейство.



ИДЕИТЕ, КОИТО ПРЕВЪРНАХМЕ В ЦЕЛИ

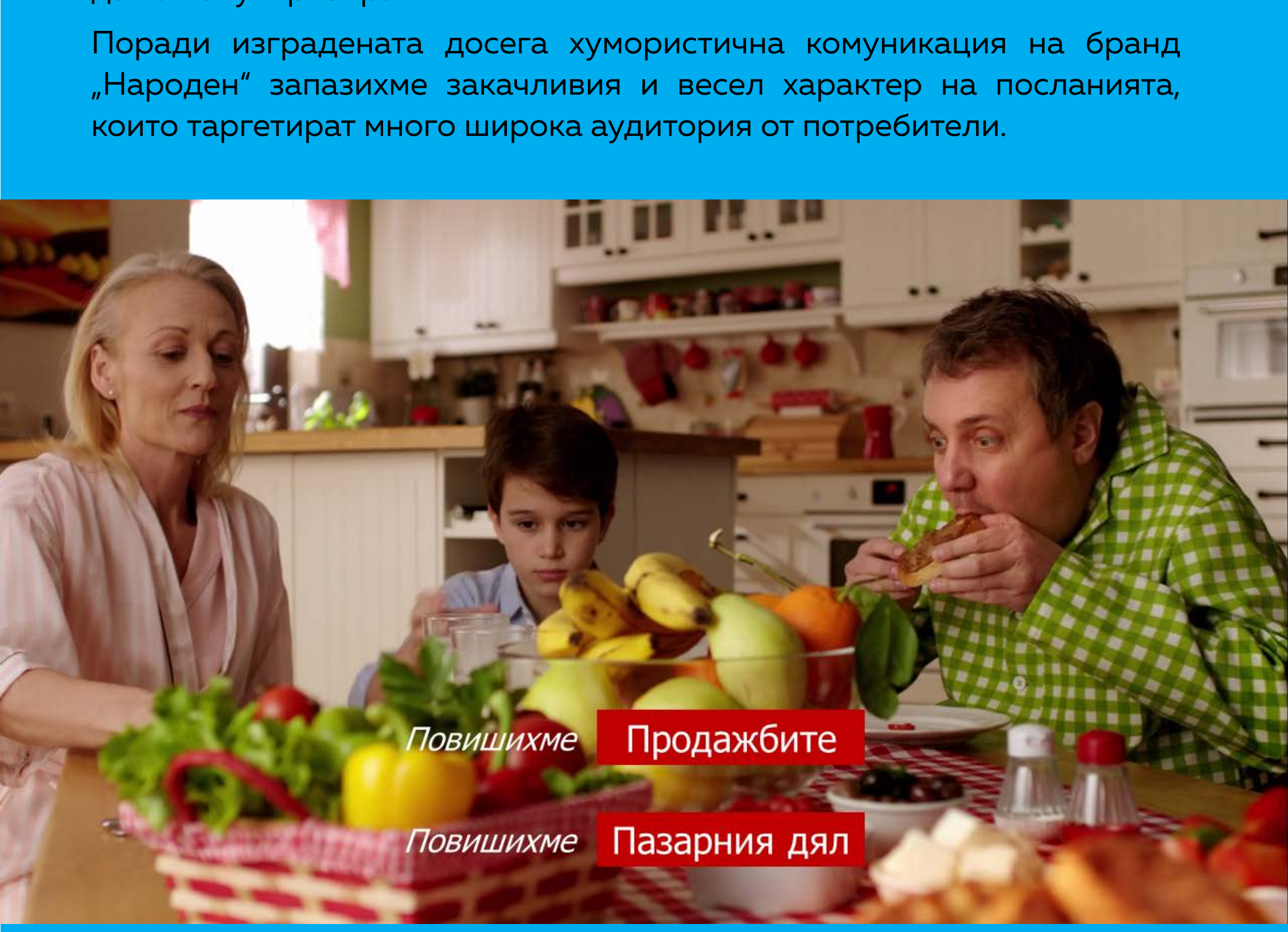
При разработката на новия продукт имаме за цел да предложим продукт, който да предложи нещо ново и различно на потребителя.

Множеството проведени тестове на ниво концепция и R&D доведоха до създаването на уникален за родния пазар продукт – кайма за принцеси с кашкавал.

КАКВО НАПРАВИХМЕ

Маркетинговият план по лансиране на новия продукт бе разработен, така че в най-голяма пълнота да подкрепи проекта и за кратко време да го популяризира.

Поради изградената досега хумористична комуникация на бранд „Народен“ запазихме закачливия и весел характер на посланията, които таргетира много широка аудитория от потребители.

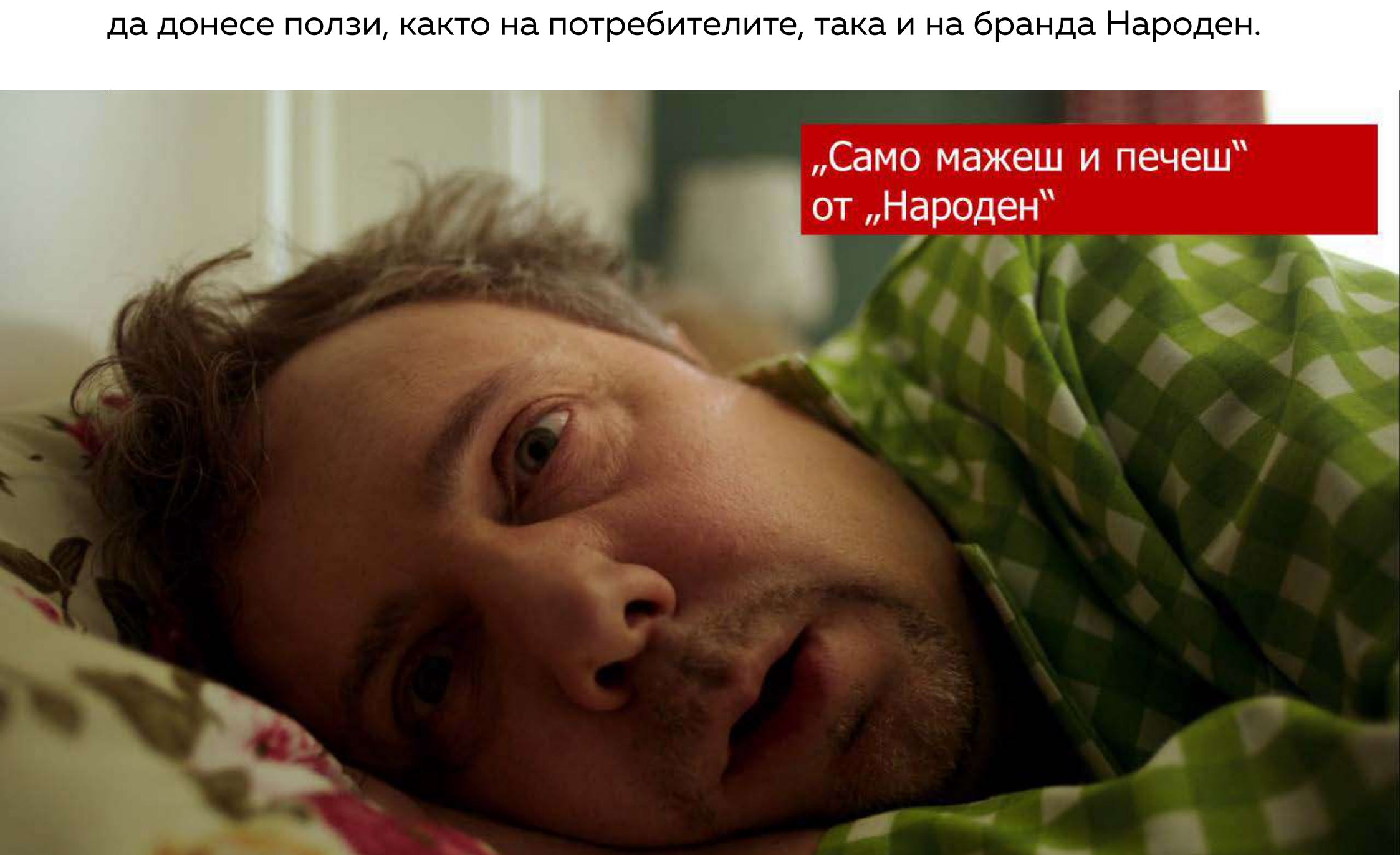


Повишихме Продажбите

Повишихме Пазарния дял

КАКВО ПОСТИГНАХМЕ

Кампанията „ Само мажеш и печеш“ представи как е възможно една силно консервативна категория да бъде обогатена продуктово, което да донесе ползи, както на потребителите, така и на бранда Народен.



„Само мажеш и печеш“ от „Народен“

НАУЧЕТЕ ПОВЕЧЕ И ЗА ОСТАНАЛИТЕ