

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



Загорка АД представя кампания Загорка IPA - "Българско пиво по британска рецепта", отличена за маркетингова кампания в категория "Пускане на пазара на нов продукт или услуга".



ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВОТО ПРЕД НАС

Предизвикателството пред Загорка беше да демократизираме сегмента "IPA" и да го направим по-достъпен за консуматора чрез "Загорка IPA".

МИСИЯТА НИ

Мисията на Загорка е създадем по-масов продукт в сравнение с крафт бирите, който е достъпен като цена, дистрибуция, вкус и визия. Целта ни е да въведем масовия консуматор в света на крафт бирите, започвайки със Загорка IPA, при условие, че стилът им е буквално непознат.



Опитай новата Загорка IPA.

Българско пиво по британска рецепта.

- ✓ 100% български малц
- ✓ Два вида ароматен хмел
- ✓ Нефилтрирана
- ✓ Естествено мътна

доброто тук.

ИДЕИТЕ, КОИТО ПРЕВЪРНАХМЕ В ЦЕЛИ

Основната ни цел беше да достигнем до всички консуматори на лагер бира и да ги преведем една стъпка напред по пътя към познаването на крафт категорията. Искахме Загорка IPA да се обърне към тях, когато искат да опитат нещо различно от лагер бира и Загорка IPA да им дава това разнообразие.

КАКВО НАПРАВИХМЕ

През май 2019 година стартираха продажбите на Загорка IPA, която беше подкрепена с ATL & BTL кампания в периода май- юни 2019г.

Етапите през които преминахме са:

• TV подкрепа през месеците май- юни, с клип с дължина 32 сек и излъчване на нестандартни формати (cut ins).

• Дигитална подкрепа – беше разработена специална лендинг страница, на която се провеждаше игра подканваща консуматорите да разберат как пият своята Загорка IPA – по британски или по български. Кампанията беше подкрепена масирано и във Facebook, Instagram & Spotify. Беше създадена и банер кампания, която да подкрепи играта.

• BTL активности с основна цел максимален брой хора да опитат Загорка IPA, да се запознаят с характеристиките на продукта и какво го отличава от лагер бирите – семплинг активности в он и оф трейд обекти

• Присъствие на събития, на които таргет консуматорът да се запознае с продукта – Webit, DigitalK, Ratio и др.

• Специални hero on trade обекти посветени на Загорка IPA бяха брандирани по красив и ненаатрапчив начин чрез красиви дървени елементи, които да кореспондират с усещането, което създава продукта.

КАКВО ПОСТИГНАХМЕ

Резултатите от не закъсняха и само в рамките на два месеца на пазара Загорка IPA е крафт бира №3, като изпреварва крафт брандове с дългогодишно присъствие в България.



КОНСУМИРАЙТЕ
ЗАГОРКА IPA
С УДОВОЛСТВИЕ И МЯРКА!

НАУЧЕТЕ ПОВЕЧЕ И ЗА ОСТАНАЛИТЕ