

Wedel korzysta z narzędzia jakim są rekomendacje konsumenckie, aby przypomnieć konsumentom o swoim sztandarowym produkcie pod marką Ptasie Mleczko, ale w specjalnym, poręcznym wariantcie Dwa Paluszki. Celem działań jest lepsze zrozumienie potrzeb konsumentów związanych ze słodkimi przekąskami, poprzez umożliwienie im osobistego doświadczenia z produktem.

Jak pokazują badania, marka **Ptasie Mleczko** jest doskonale znana przez Polaków w każdym wieku. Kojarzy się z przyjemnością, delikatnością i świetnym sposobem na relaks. Wersja **Ptasiego Mleczka – Dwa Paluszki** pozwala cieszyć się produktem, kiedy tylko ma się na niego ochotę. Dużą paczką można podzielić się z najbliższymi. Za to Dwa Paluszki mają służyć zaspokojeniu spontanicznej potrzeby na sprawienie sobie małej przyjemności w każdej chwili w ciągu dnia.

Wybrana spośród społeczności Ekspertów Streetcom grupa kobiet z całej Polski, spełniających kryteria grupy docelowej, otrzymała Paczki Ambasaderek. W każdej paczce znajduje się 16 opakowań Ptasiego Mleczka – 6 dla Eksperta i 10 do przekazania znajomym. Dzięki tej akcji Wedel chce zbudować naturalną więź pomiędzy Eksperatami a marką. Zaangażowanie uczestników kampanii w naturalne rekomendowanie ma spowodować, że konsumenci chętniej będą sięgać po Ptasie Mleczko w nowej formie. Ze względu na poręczny kształt i wielkość, słodkie paluszki można zabrać ze sobą wszędzie i smakować w dowolnym miejscu lub sytuacji, co sprzyja rozprzestrzenianiu się rekomendacji. Dodatkowo Ekspersi mogą wymieniać się opiniami na forum kampanii na stronie streetcom.pl oraz na stronie Wedla na Facebooku (facebook.com/czekolada), która jest pełna czekoladowych ciekawostek. Dzięki szczegółowym raportom z rozmów uczestników akcji, firma Wedel będzie mogła poznać opinie i uwagi konsumentów oraz precyzyjnie oszacować efekty kampanii.

Streetcom