

Od połowy lutego do końca marca br. potrwa kampania reklamowa kawy zbożowej Anatol Delecta - pierwszej na rynku zbożowej kawy ekspresowej do zaparzania w saszetkach. Działania obejmą prasę, Internet oraz dodatkowe aktywności prospożdażowe. Dla internautów zaplanowano konkurs na stronie www.delecta.pl.

Kampania, o charakterze edukacyjnym i wizerunkowym, ma na celu ekspozycję walorów kawy Anatol, takich jak - brak kofeiny i naturalne składniki. W komunikacji podkreślono fakt zgodności produktu z międzynarodowymi zaleceniami żywieniowymi, poparty udziałem w programie "Wiem, co wybieram" oraz pozytywną rekomendacją Polskiego Towarzystwa Dietetyki.

Adresatem działań są kobiety w ciąży i młode mamy karmiące piersią, które w tak ważnym momencie życia powinny ze szczególną troską zwrócić uwagę na swoją dietę.

Ze względu na specyfikę grupy docelowej dobrano nośniki komunikatu. Ogłoszenia reklamowe, wsparte insertem próbek kawy Anatol o smaku waniliowym, ukażą się w prasie parentingowej. W Internecie kampania obejmie tematyczne portale dla rodziców oraz wyszukiwarki Google. Dodatkowo, na stronie www.delecta.pl/konkurs.php zaplanowano konkurs dla internautów, w którym do wygrania jest nowość marki Baby Vox – komplet mebli "Magnolia" dla niemowlaka oraz atrakcyjne nagrody pocieszenia dla młodych mam.

Kampanii towarzyszyć będą działania prospożdażowe. Na początek marca zaplanowano emisję limitowanej edycji Anatola klasycznego w rodzinnej puszcze - 50 szt. saszetek (standardowe opakowania zawierają 20 i 35 szt.). Ponadto, w czasie trwania kampanii zostanie zrealizowana promocja on-pack – do najpopularniejszych ciast Krówka i Karpatka Delecta producent dołączy saszetki kawy Anatol o smaku wanilii gratis.

Media do kampanii w prasie i Internecie zakupił Starcom Next. Kreacje ogłoszeń prasowych oraz projekt opakowania Anatola w puszcze opracowała Agencja Lemon Tree. Za kreację w Internecie odpowiada Agencja TribalDB. Działania PR realizuje Kolterman Media Communications.

Kolterman Media Communications