

Мета

- Створення маркетингової стратегії для нової лімітованої лінійки пива “УМАНСЬКЕ.СВОЄ” до 140-річчя компанії.

Рішення:

- показати всі етапи пивоваріння, щоб підняти рівень довіри до бренду
- візуалізувати легенду про нову лінійку пива, яка б викликала приємні асоціації у споживачів
- знайти додаткові медійні майданчики для поширення відеоматеріалів про нову лінійку

Результат

- придумали слоган «Добре робиш – добре буде»
- зняли рекламний ролик про нову лінійку пива
- допомогли розміщенню реклами на телебаченні

КЕЙС

УМАНЬПИВО



Добре робиш - добре буде!

ПОСИЛАННЯ