

Мета:

- Створити відеоконтент для соцмереж, який органічно вписується в щоденний ритм життя.

Рішення:

- Ми зняли серію життєвих роликів про моменти, коли вода доречна — у русі, паузі, стресі чи відпочинку. Фокус не на продукті, а на відчуттях і знайомих ритуалах, які легко впізнати у власному дні.

Результати

- Створено серію відео для соцмереж;
- Контент органічно інтегрується в щоденну комунікацію бренду;
- Відео підкреслюють просту цінність води — бути поруч у потрібний момент.

КЕЙС

ТЕПЕР «ТРУСКАВЕЦЬКА» ЗВУЧИТЬ У СОЦМЕРЕЖАХ — СПОКІЙНО, ПРИРОДНО І ПО-ЛЮДСЬКИ.

МИ ЗНЯЛИ ВІДЕО НЕ ПРО ПРОДУКТ, А ПРО ВІДЧУТТЯ, КОЛИ ВІН Є, АБО КОЛИ ЙОГО ДУЖЕ БРАКУЄ.

ПРО ВОДУ ЯК ПРО ЩОДЕННУ ПАУЗУ, СПОСІБ ПЕРЕЗАВАНТАЖИТИСЯ Й ПІДТРИМАТИ СЕБЕ В РУСІ!

ПОСИЛАННЯ

