

Adres URL strony <http://www.publikuj.org/57225>

Najnowsza kampania marki Wyborowa

ID artykułu: 57225 / 10981

URL: <http://www.publikuj.org/57225>

W świecie oferującym wiele możliwości i setki okazji do spotkań z bliskimi, to, czego niejednokrotnie nam brakuje to. czas. Każdy z nas bywa zmęczony i zapracowany, ale równie często zdarza się nam sięgać po - niekiedy absurdalne - wymówki, aby uniknąć towarzyskich spotkań. Wyborowa pokazuje, że to na powodach do spotkań warto się skupić, ponieważ mogą być ich tysiące. W odkrywaniu tych uniwersalnych i tych mniej oczywistych, pomoże nam nowy chatbot marki Wyborowa. Twarzą kampanii Tysiące powodów do spotkań" został znany polski aktor, Maciej Zakościelny.

Kampania, która skłania do refleksji

Chwile dzielone ze znajomymi, przyjaciółmi i rodziną to coś, co warto celebrować. Jest to główna myśl leżąca u podstaw marki Wyborowa, która znalazła swoje odzwierciedlenie w najnowszej kampanii Tysiące powodów do spotkań". Główną osią komunikacji jest zestawienie wymówek, przedstawionych w nieco żartobliwym i przerysowanym tonie, które mają na celu podkreślenie, jak bardzo kreatywni bywamy, aby uniknąć towarzyskich spotkań. W kampanii Maciej Zakościelny prezentuje absurdalne wykrety w kontrze do wartości płynących z podtrzymywania relacji z przyjaciółmi. Wyborowa zwraca uwagę, że o ile mierzymy się na co dzień z autentycznymi trudnościami - obowiązkami domowymi i wyzwaniem w pracy - to również bardzo często rezygnujemy ze spotkań, zasłaniając się pretekstami. Kampania ma na celu przede wszystkim zainspirować konsumentów do tego, aby mniej lub bardziej skrzętnie przemyślane wybiegi schowali do kieszeni, a zamiast tego świadomie gospodarowali czasem na radosne dzielenie chwil z bliskimi. Wyborowa podkreśla, że powodów do spotkań są tysiące - od zrelaksowania się po ciężkim dniu w pracy, przez rozmowy zbliżające nas do siebie nawzajem, po poszerzenie towarzyskiego kręgu o nowe znajomości. Naczelnym powodem, który podkreśla marka, jest jednak uniwersalna i prosta prawda o tym, że relacje z ludźmi są najważniejsze.

Współpraca oparta o ponadczasowe wartości

Twarzą kampanii został Maciej Zakościelny, który w ubiegłym roku zaangażował się w projekt "Stół społecznościowy". Sukces kampanii odzwierciedlił, że Maciej Zakościelny to doskonały ambasador wartości, które leżą u podstaw marki Wyborowa, a za którymi wielu z nas tęskni w obecnych czasach. Mowa tu o towarzyskości, gościnności, otwartości i trosce o budowanie autentycznych relacji. Dlatego w tym roku Maciej Zakościelny łączy siły z marką Wyborowa, inspirując do tego, aby poświęcać sobie nawzajem więcej czasu i - korzystając z walorów mediów społecznościowych - dzielić się radosną atmosferą chwil z bliskimi w świecie offline.

Wideo z udziałem Macieja Zakościelnego, które powstało w ramach najnowszej kampanii, już teraz można obejrzeć na oficjalnym profilu marki na portalu Facebook.

Chatbot w służbie analogowych spotkań

O jakim łączeniu świata online z analogowym mowa? W odpowiedzi na potrzeby konsumentów, oczekujących błyskawicznej wymiany informacji, Wyborowa mocno stawia na digital i nie boi się wdrażania innowacyjnych rozwiązań. W ramach kampanii Tysiące powodów do spotkań", marka stworzyła wyjątkowego chatbota - wirtualnego asystenta, z którym rozmowa odbywa się płynnie, natychmiastowo, a jedyne, czego potrzebujemy, to Messenger.

Chatbot Wyborowa to asystent, który nie tylko wprowadzi użytkowników w świat wartości marki, ale również w ciekawy sposób uatrakcyjni każde towarzyskie spotkanie. Jego cel? Inspirować, doradzać i wspólnie z użytkownikami odkrywać kolejne powody, dla których warto zadbać o relacje z bliskimi. W jaki sposób wirtualny asystent to umożliwia? Jedną z wielu jego funkcji jest wieloosobowa gra "Czysta przyjaźń" - dzięki

serii zabawnych, przewrotnych, a czasami nieco uszczypliwych pytań każde spotkanie w grupie znajomych nabiera nowego wymiaru. Chatbot Wyborowa stanowi zatem płynny łącznik między światem cyfrowym i analogowym. Korzystając z nowoczesnych rozwiązań, które zostały zaprojektowane w odpowiedzi na potrzeby konsumentów, marka hołduje ponadczasowym wartościom, związanym z budowaniem autentycznych, głębokich relacji w świecie analogowym. Wyborowa i jej chatbot udowadniają, że pomysłowe wykorzystanie walorów oferowanych przez chaty internetowe - natychmiastowość komunikacji, dostępność niezależnie od miejsca i czasu - może przysłużyć się nawiązywaniu kontaktów w świecie realnym. A wirtualnego asystenta, mieszkającego" w naszych smartfonach, mamy zawsze w zasięgu ręki.

Projektując chatbota Wyborowa, skupiliśmy się przede wszystkim na potrzebach konsumentów, ponieważ zależy nam na dostarczaniu im realnych korzyści, m.in. towarzyskich - mówi Marcin Wierzbicki, Digital Manager, Wyborowa Pernod Ricard. Nasz wirtualny doradca sprawia, że jesteśmy tam, gdzie nasi konsumenci i możemy angażować ich w świat marki. To też po prostu angażująca gra, który uatrakcyjni każde towarzyskie spotkanie. Grając w "Czystą przyjaźń" może się okazać, że mamy jeszcze sporo do odkrycia, jeśli chodzi o naszych znajomych, a to świetna zabawa.

Świadek wyjątkowych celebracji

Chwile spędzane z bliskimi warto celebrować. To przekonanie leży u podstaw wartości marki Wyborowa, cieszącej się mianem jednej z najbardziej popularnych marek wódek zarówno w Polsce, jak i na świecie. O smaku i charakterze marki świadczą liczne nagrody i wyróżnienia przyznawane wódce Wyborowa od dziesięcioleci. Powstały z najlepszych odmian żyta pochodzącego z lokalnych upraw w Wielkopolsce, trunek ten charakteryzuje wyrazisty smak przełamany subtelną słodyczą, z wyczuwalnymi nutami orzecha brazylijskiego i razowego chleba. Wyborowa należy ponadto do grona marek, które poszczycić się mogą znakiem gwarancyjnym "Polska Wódka/Polish Vodka", świadczącym o tym, że zarówno starannie dobrane składniki są polskiego pochodzenia, jak i gwarantuje, że pieczołowity proces produkcji wódki Wyborowa w całości odbywa się w naszym kraju.

Aktywacja: 08/04/19 14:17, odsłony: 68