SodaStream má nové výrobníky i kampaň. Zákazníky chce vytrhnout ze stereotypu

29.6.2023 - | Phoenix Communication

Víc pozitivních emocí

Neomezené a zároveň udržitelné možnosti při přípravě perlivých nápojů? SodaStream chce být pro své zákazníky více než jen funkční volbou, díky níž mohou pomáhat planetě přímo z pohodlí domova. Nová kampaň SodaStream a televizní spot s claimem *„**Objevte svoje vlastní perlivé osvěžení!“*** je motivuje k sebevyjádření, kreativitě a socializaci. Ambicí značky je posunout vztah se zákazníkem do osobnější roviny, a to na bázi pozitivních zážitků a emocí. *„Nová generace výrobníků perlivé vody má punc udržitelnosti, modernosti a prémiové kvality. Zároveň však chceme našim zákazníkům připomenout, že SodaStream není jen elegantní způsob, jak se vyhnout tunám plastového odpadu z jednorázových lahví. Je to originální životní styl, který je udržitelný, ale zároveň pestrý, stejně jako možnosti pitného režimu, které jim SodaStream nabízí,“* vysvětluje **Martin Michelík**, **marketingový manažer SodaStream Česká republika**, a pokračuje. *„Věříme, že právě toto je cesta, jak se přiblížit i k mladší generaci, která si vztah ke značce často vytváří na základě pozitivní emoční vazby.“*

Blíže k přírodě i lidem

Kampaň je součástí nové strategie SodaStream ***„Push for Better“***, která ukazuje, jak malé změny v chování jednotlivců mohou vyvolat proud pozitivních změn s efektem pro celou planetu. Rozhodnutí pro změnu k lepšímu však podle SodaStream působí pozitivně i na samotného jednotlivce. Ten se přechodem na domácí přípravu perlivé vody může vymanit ze stereotypních vzorců chování a zároveň si otevřít prostor pro seberealizaci i příjemné chvíle ve společnosti přátel či rodiny. *„Kampaň přichází v čase, kdy jsou pozitivní emoce a socializace cennější než kdykoli předtím. Jsem přesvědčený, že tento aspekt bude ve spotřebitelském chování sehrávat stále významnější roli,“* dodává M. Michelík.

Na všechny obrazovky

S novou kampaní míří SodaStream na televizní i digitální obrazovky. Kromě TV spotu, který bude postupně nasazený ve dvou různých stopážích, podpoří SodaStream svoji komunikaci v televizním prostoru i sponzorskými odkazy. V online prostoru a na sociálních sítích chce značka intenzivně komunikovat i dalšími videospoty a vizuály. Dlouhodobou 360° marketingovou kampaň doplní rádiová kampaň, PR aktivity, influencerské spolupráce a retailová podpora v off-trade.

Vizitka kampaně:

Název kampaně: **„Objevte svoje vlastní perlivé osvěžení!“**

Produkt: **výrobníky SodaStream ART, DUO a TERRA**

Termín nasazení: 1. 6. 2023

Média: TV (Prima Media Group, Česká televize), rádio (Evropa 2, Hitrádio, Blaník, RU Creative), online, offline

TV spot: https://youtu.be/3dtxpAW4BMg

https://www.phoenixcom.cz/press/sodastream-ma-nove-vyrobniky-i-kampan-zakazniky-chce-vytrhnout-ze-stereotypu