

Hoshva PR

## **ТМ «Staropramen» отримала золоту нагороду «EFFIE»**

4 грудня 2008 року рекламна кампанія пивного бренду «Staropramen» – «М'якість Staropramen» отримала золоту нагороду EFFIE AWARDS UKRAINE-2008 «за ефективну маркетингову і рекламну стратегію з просування на ринок алкогольних товарів».

Головним завданням кампанії було виведення бренду на лідерські позиції у ліцензійному сегменті пива. Ядром комунікаційної стратегії стало поєднання шляхетного празького походження Staropramen з основною перевагою, що диференціює продукт – «м'яким смаком». В результаті кампанії «М'якість Staropramen» вдалося досягти зростання як іміджевих показників торгової марки, так і збільшення частки ринку бренду Staropramen, яка сягнула 21 % у ліцензійному сегменті за результатами трьох кварталів 2008 року.

Однчасне зростання знання рекламних роликів та знання бренду підтверджує ефект рекламної кампанії, завдяки якій вдалося донести ключове повідомлення до споживачів. М'якість Staropramen – це не тільки м'який смак пива, але і певний м'який ефект, який він створює, м'які ритуали, що витримуються для його створення, подачі та споживання. У всій рекламній кампанії витримано єдиний стиль, зображено празьку традицію кінця XIX-початку XX сторіччя, що підкреслює зв'язок бренду з Прагою та Чехією.

Рекламну кампанію розробила агенція «Adventa Lowe».

За словами маркетинг-менеджера ТМ Staropramen, Андрія Отроценка: «Staropramen – яскравий приклад довгострокової послідовної побудови бренду. Запорукою успіху в цьому є команда однодумців, об'єднаних однією мрією. І я радий, що креативною частиною нашої команди стала агенція «Adventa Lowe». Наша робота вже давно отримала визнання поціновувачів пива, і дуже приємно, що вона не залишилася поза увагою професіоналів».

EFFIE AWARDS UKRAINE – це єдиний конкурс в Україні, який оцінює маркетингову та рекламну ефективність за реальними показниками – співвідношенням поставленої мети кампанії та отриманих результатів.