



asU

**Запуск нового продукта
(вкусовая вода)**

НОМИНАЦИЯ

ЗАПУСК НОВОГО ПРОДУКТА ИЛИ УСЛУГИ

БРЕНД

A'SU

**КРАТКОЕ НАЗВАНИЕ
КАМПАНИИ**

**ПОДДЕРЖКА ЗАПУСКА ВКУСОВОЙ ВОДЫ НА
РЫНКЕ. СТРЕМИТЕЛЬНОЕ ЗАВОЕВАНИЕ
ЛИДЕРСКИХ ПОЗИЦИЙ В КАТЕГОРИИ
ВКУСОВОЙ ВОДЫ**

A'SU ВКУСОВАЯ ВОДА – КОНЦЕПЦИЯ ПРОДУКТА



Я хочу получать от жизни максимум удовольствия. Мы часто проводим время с друзьями и пьем сладкие напитки. Иногда я задумываюсь, что сладкие напитки не полезны и нужно пить больше воды, но простая вода – это слишком скучно для меня, не хочу компромиссов между вкусом и пользой!

A'SU Вкусовая вода «Vo!/ Wow!» - создана для тех, кто хочет утолить жажду в течение дня и насладиться ярким вкусом, без лишнего вреда для организма.

Он содержит меньше сахара, по сравнению с обычными сладкими напитками, и дарит яркий освежающий-wow вкус для твоего позитивного настроения, а также витамины для пользы организма!

A'SU Вкусовая вода «Vo!/ Wow!» - Твой яркий вкус и польза освежения!

Вкусы (негазированные):

- Лимон
- Мята
- Гранат-Имбирь

Вкусы (газированные):

- Лимон-Лайм
- Клубника-Киви
- Малина-Ежевика

Формат упаковки: 0,5л/ 1л/ 1,5л

ОСНОВНОЙ ИНСАЙТ:

**НЕ ОГРАНИЧИВАЙ СЕБЯ В
ТОМ, ЧТО ТЕБЕ НРАВИТСЯ.
ВОДА СО ВКУСАМИ
ВОСПРИНИМАЕТСЯ КАК
«ЛЕГАЛЬНОЕ»
УДОВОЛЬСТВИЕ ДАЖЕ
ДЛЯ ТЕХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ,
КОТОРЫЕ СТАРАЮТСЯ
СЛЕДОВАТЬ ТРЕНДУ ЗОЖ)**

ДРАЙВЕРЫ

ПОЛЬЗА ЗА СЧЕТ ВИТАМИНОВ
ОСВЕЖАЕТ
РАЗНЫЕ ВКУСЫ: НЕ НАДОЕДАЮТ
ИНТЕРЕСНЕЕ ПРОСТОЙ ВОДЫ
ЛЕГАЛЬНОЕ УДОВОЛЬСТВИЕ

ПОТРЕБНОСТИ

ОСВЕЖИТЬСЯ
НАСЛАДИТЬСЯ ВКУСОМ
НАЙТИ АЛЬТЕРНАТИВУ
ГАЗИРОВКЕ/ХОЛОДНЫМ ЧАЯМ
ПОЧУСТВОВАТЬ СЕБЯ В ТРЕНДЕ
ПОЛУЧИТЬ ПОЛЬЗУ



МЕДИА ПОДДЕРЖКА ИМЕЛА ГЛАВНУЮ ЦЕЛЬ - БЫСТРО ПОСТРОИТЬ ЗНАНИЕ И РАССМОТРЕНИЕ К ПОКУКЕ



DIGITAL – OLV, СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ, PR



НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА

ОМНИКАНАЛЬНЫЙ МЕДИА ПОДХОД 360°



Согласно рейтингу, составленному Ledokol Group, сообщает PR.uz бренд ASU был лидером в присутствии на Телевидение в первой половине 2022 г

РЕЗУЛЬТАТЫ

Через основные коммуникации были достигнуты цели:

- Успешного выхода продукта на рынок
- Формирование привлекательности бренда
- Привлечение молодой аудитории
- Формирование позитивного линка и ассоциации с ценностями бренда

Общая доля людей знающие и пробовавшие вкусовую воду выросла с 63% до 91%

На основе проведенных замеров «Здоровья Бренда» внутри категории вкусовая вода в первый год были достигнуты высокие результаты:



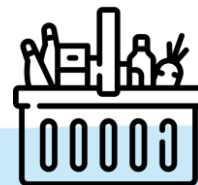
Знание 96%



**Рассмотрение к
покупке 95%**



Проба 93%



Покупка 85%

