

DIGITAS

Spendrups lanserar ny produkt med hjälp av Digitas

På tisdag lanserar Spendrups sitt nya öl Norrlands Guld Ljus. Lanseringen blir första gången Spendrups produktutvecklare Norrlands Guld, som är ett av Sveriges mest populära öl. Norrlands Guld Ljus tar en klar position i kategorin ljusa öl, och är ett fräscht, lätttryckt öl som riktar sig till män i åldern 20-29 år.

För att nå den här målgruppen utgör digitala medier navet i lanseringskampanjen.

Digitas har sedan årsskiftet arbetat med Norrlands Gulds strategi och kreativa koncept i digitala medier. När Spendrups skulle lansera sin nya produkt ansågs Digitas bäst lämpade för att även ta uppdraget med att lansera Ljus. Lanseringen är ytterligare ett steg i Norrlands Gulds övergripande strategi med att förnygra varumärket. med norrlands guld Lanseringen är ytterligare ett steg i Norrlands gulds övergripande strategi med att förnygra varumärket. Digitas sköter all kommunikation både mot konsumenter och krögare.

Den stora utmaningen är att få målgruppen att vilja testa den här ölen.

Det stöttar vi bland annat med att vi presenterar ölen i barmiljö. Men också att vi har en interaktiv karta, Google maps, där man kan se alla baren som serverar Norrlands Guld Ljus. Den uppdateras varje dygn och till detta kan man bjuda in sina vänner. Man kan även skriva upp sig för att få veta när norrlands guld ljus kommer till min stad. Norrlands guld gör turné genom Sverige. Ölet ska ta positionen som mer bar och nattklubb än pub. Vi plockar upp flaskdesignen på alla ställen i vår kommunikation, för att det är en så viktig del i produktens personlighet. Målet har varit att skapa en snyggare öl,

Från början finns inte norrlands guld ljus på alla ställen i Sverige, utan den serveras på utvalda baren. Därför är det viktigt att visa var den finns för att skapa exklusivitet och hype kring den.

Vi har jobbat för att lyfta fram produktens unika egenskaper genom att leka med ljus på olika sätt och presentera ölen som ett spännande alternativ i baren. Vi har framförallt tagit fasta på ljuset i produkten och den lilla flaskan och vi ville uttryckligen dramatisera om att det här rör sig om en nyhet som gör entré i baren. Då har vi gjort en stop-motion-film där produkten på ett lekfullt sätt träder fram och presenterar sig i barmiljö. Filmen inleder hela den digitala närvaron. Flaskans utseende och den ljusa färgen är nycklegenskaper för att kommunicera den här nya produkten. Det har vi jobbat mest med. Man ska enkelt känna igen den, få lust att testa. Syftet det vi gjort under den initiala kampanjperioden är att vilja testa norrlands guld ljus. Filmen finns att se på norrlandsguld.se från 1 september.

Det kommer att göras viss annonsering digitalt, bland annat kanal 5s webbtv. Nöjessiter, som nöjesguiden och nightlife,

Digitas gör hela sajtopplägget för den nya produkten. Vi bygger vidare på den digitala plattform vi redan skapat.

Vi gör kartan. Vi har en funktion där man kan beställa ölen från beställningssortimentet från systembolaget.

Produkten börjar säljas i mitten september.

Arbetsgrupp Digitas:

Björn Ehlert, kundansvarig/strateg,
Tobias Brandt, creative director,
Tobias Oscarsson, projektledare,
Pascal Denis, art director
Johan Hedenskog, art director
Petri Määttä, designer
Erik Morin, media planner

Stockholm den 10 juni 2009

För ytterligare info:

Henrik Åström, marknadschef Norrlands Guld
henrik.astrom@spendrups.se
Tfn: 08-672 79 94
Mobil: 0768-46 79 94

Tobias Brandt, creative director Digitas
tobias.brandt@digitas.se
Mobil: 0733-72 37 00

###

English summary:

Spendrups brewery launches a new product with the help of Digitas

On Tuesday, Spendrups launches its new beer, Norrland Gold Light. This is the first time that the Spendrups brewery will produce Norrland Gold, which is one of Sweden's most popular beers. Norrland Gold Light falls under the category of light beer; its target audience is women ages 20-29.

###

Résumé en français:

Les brasseries Spendrups lancent un nouveau produit avec l'aide de Digitas

Mardi, Spendrups lance sa nouvelle bière, Norrland Gold Light. C'est la première fois que les brasseries Spendrups vont produire Norrland Gold, l'une des bières les plus populaires de Suède. Norrland Gold Light se classe dans la catégorie des bières légères, ciblant les femmes de 20-29 ans.

###