

TT

Коли перекус працює на тебе: розмова про баланс разом з «Активіа»

У реальності постійного стресу, нестабільного графіка та браку часу перекуси стають звичною частиною дня. Разом із брендом Активіа ми реалізували інфлюенсер-кампанію, яка інтегрувала продукт у щоденний контекст життя аудиторії — не через рекламні гасла, а через експертні пояснення, користь і турботу про самопочуття. Кампанія показала «Активіа» як зручне та збалансоване рішення для підтримки енергії й комфорту травлення протягом дня.

(ключові послуги)



ІНФЛЮЕНСЕР-МАРКЕТИНГ



СПЕЦПРОЄКТИ В МЕДІА

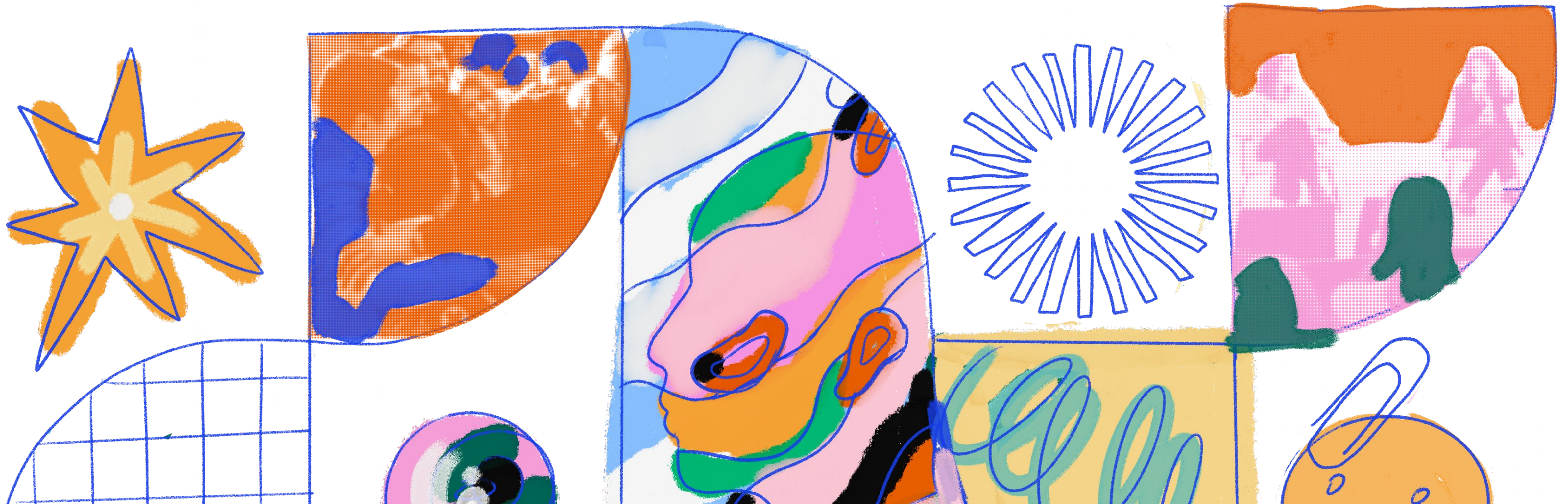


ДИСТРИБУЦІЯ КОНТЕНТУ



(мета)

Підсилити позиціонування «Активіа» як корисного й зручного перекусу для сучасного темпу життя, підвищити довіру до продукту через експертні рекомендації та органічно інтегрувати бренд у розмову про здорові харчові звички.



01

Комунікаційна логіка

Вибудували промоцію навколо реального запиту аудиторії: як харчуватися в умовах стресу й нестабільного графіка без шкоди для самопочуття. Фокус зробили не на продукті як такому, а на ситуаціях споживання, де «Активія» є логічним і зручним вибором.

03

Спецпроект у медіа

Реалізували спецпроект у партнерстві з The Village Україна. Матеріал поєднав експертні думки, практичні поради та нативну присутність бренду, створюючи довгий, корисний контент із високим рівнем довіри.

02

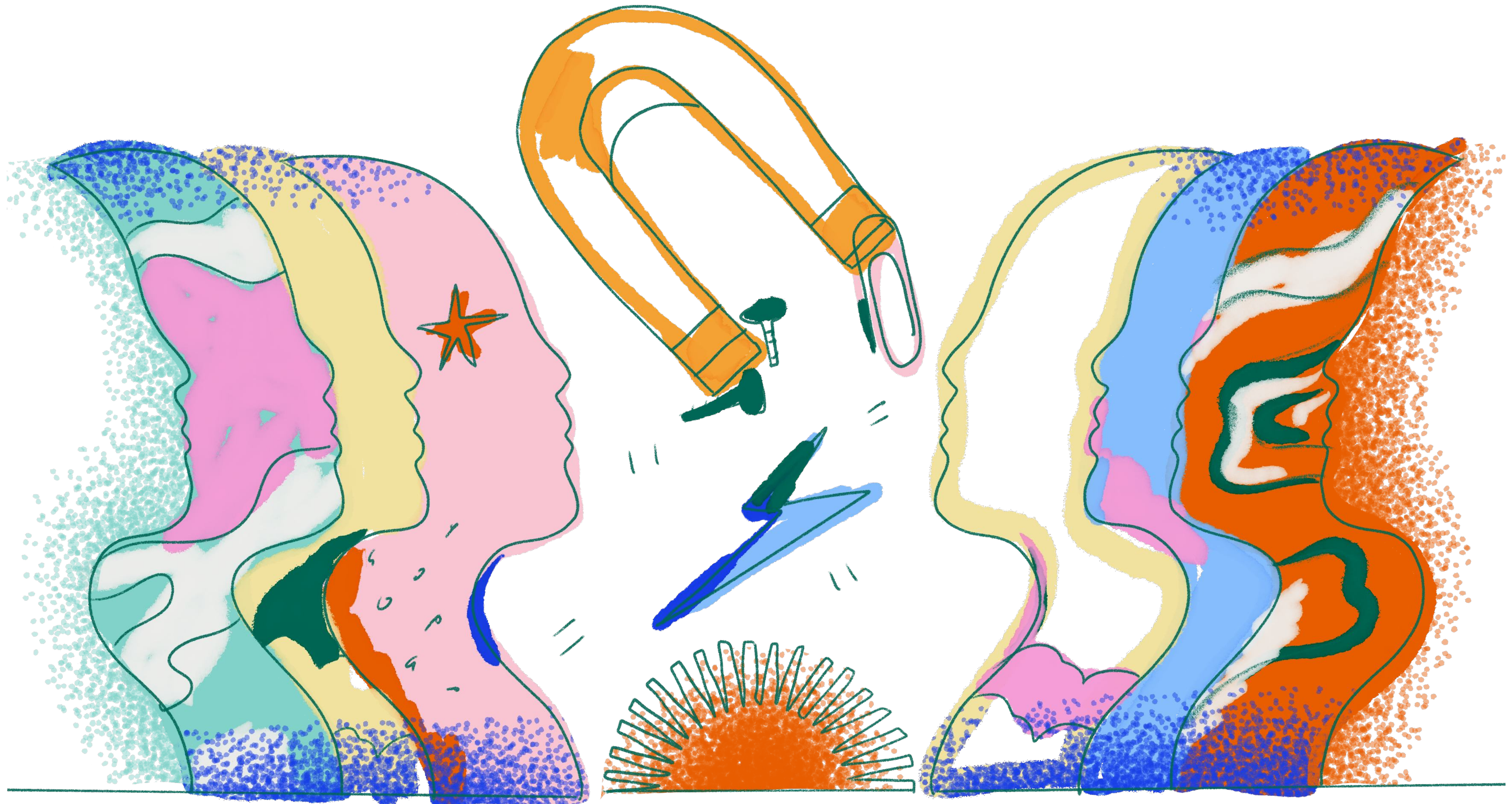
Інфлюенсер-експерти

Залучили інфлюенсерок-експерток — нутриціологиню та лікарку-гастроентерологиню, які пояснили роль перекусів, клітковини та пробіотиків у раціоні. Продукт «Активія» був інтегрований як приклад збалансованого перекусу, що відповідає озвученим рекомендаціям.

04

Дистрибуція та підсилення

Забезпечили поширення матеріалу через канали медіа та інфлюенсерок, що дозволило охопити як ядро цільової аудиторії, так і ширше коло читачів, зацікавлених у темі здорового харчування.





Реалізовано інфлюенсер-кампанію у форматі спецпроєкту в національному медіа



Продукт позиціоновано як зручний і корисний перекус у реальному житті



Бренд «Активія» інтегровано в експертний контент без прямої реклами



Кампанія підсилила довіру до бренду через експертні голоси

(результати)

Ми показали, що промоція продукту може працювати через зміст, а не гучні слогани. Завдяки інфлюенсеркам-експерткам і нативному спецпроєкту «Активіа» стала частиною щоденної розмови про баланс, комфорт і турботу про себе

Спецпроєкт з інфлюенсерами для The Village ➤

TT

Ви одному кліку від WOW-ідей
та потужного партнерства –
нумо пишіть!

Telegram

@katerinagulak

Email

partnership@thetellers.com.ua