



Case: Campanha Tang Positives

(produção | veiculação | ativação)



Case - Tang Positives

A marca da Tang (Mondeléz), com o intuito de comunicar os benefícios de seu produto, utilizou o ponto de venda como ferramenta de comunicação e ativação de campanha com mote informativo, onde a mesma comunicava a economia de se utilizar o produto, e a qualidade de preparo do mesmo, já que ele é feito pela própria pessoa.

A campanha está sendo realizada nos meses de Junho e Julho de 2016, com o intuito de se comunicar com o decisor da compra (shopper) e com o influenciador da compra (filhos), justamente nos meses onde ocorrem as férias escolares, aumentando desta forma a fluxo de criança nas lojas, gerando assim tendência de consumo.

As campanhas nos Pontos de Vendas trazem como benefícios principais:

| Tendência de consumo – Aumento de share – Branding – Informação – Sustentação de campanha – Aumento de Sell-Out |



Áreas de Atuação - Tang Positives



A campanha foi ativada em 248 lojas em 17 estados brasileiros com duração de 2 meses.



Mídias Utilizadas - Tang Positives

Carrinho de Compras



Painel de Acesso



Esteira Rolante



Cesta de Compras





Carrinho de Compras - Tang Positives





Esteira Rolante- Tang Positives





Painel de Acesso - Tang Positives





Cesta de Compras - Tang Positives





Projeção de Impacto - Tang Positives



Média de impacto por loja/dia: 13.890 pessoas

Quantidade de lojas: 248

Quantidade de clientes no mês: 103.341.600,00

Taxa de impacto: 70%

Impactos efetivos: **72.339.120,00 na campanha**

Lastro de campanha: 2 meses (continuismo do consumo após campanha)



www.marketmidia.com

marketing@marketmidia.com

11. 3951-3411