****

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|

|  |  |
| --- | --- |
| **Kontakt:** | Gabriela Bechynská |
|  | +420 775 038 045 |
|  | corporateaffairsczsk@mdlz.com |

 | Michaela Šimková, Native PR+ 420 602 212 093michaela.simkova@nativepr.cz |
|  |  |

**BeBe Dobré ráno podporuje raňajky**

* **Na sociálnych sieťach personalizuje svoju komunikáciu a tri rôzne cieľové skupiny žien oslovuje s iným príbehom a oznámením**
* **Tvárou televízneho spotu je český herec a gastronaut Lukáš Hejlík**

Praha 17. januára 2019 – S tromi skupinami žien pracuje v prvej tohtoročnej kampani určené pre digitálny priestor značka raňajkových sušienok BeBe Dobré ráno. Oslovuje milujúce mamičky, aktívne ženy a trendy ženy, pričom pre každú z nich má vlastný príbeh. Pracuje tak s konceptom obsahu šitého na mieru s cieľom na individuálne potreby a špecifické ranné rituály vybraných skupín. Reklamné spoty a návrh aj exekúciu ich personalizácie vytvorila agentúra Isobar. Z ďalších marketingových nástrojov bude výrazná in store podpora v podobe POS materiálov, ochutnávok a drobných darčekov podporujúcich zdravý životný štýl ako sú švihadlá, raňajkové misky alebo desiatové boxy. Televízny spot pracuje s reálnym ránom, ktoré si možno spríjemniť rýchlymi a plnohodnotnými raňajkami, ktoré sú je vždy po ruke. Jeho tvárou je český herec a prieskumník českej gastronómie Lukáš Hejlík.

„To ak sa páči alebo nepáči váš marketingový odkaz sa ľudia rozhodujú veľmi rýchlo, doslova v rádoch sekúnd,“ hovorí Veronika Demčíková, manažérka značky BeBe Dobré ráno. „Len relevantný odkaz skutočne zasiahne spotrebiteľa, ktorý je vytrvalo bombardovaný reklamou zo všetkých strán. Keď sa netrafíte, je v tej chvíli preč. Upúšťame preto od tradičnej segmentácie postavené na veku, pohlaví či príjmoch, ale usilujeme o identifikáciu skutočných záujmov spotrebiteľov. Dáta nám potvrdzujú, že takto cielená reklama má výrazne vyšší efekt. Napríklad až pre 9 z 10 užívateľov mobilných telefónov je relevantná reklama impulzom k nákupu tovaru,“ dopĺňa Demčíková.

Pre prácu s novým konceptom sme určili tri silné cieľové skupiny značky: milujúca mamička malých detí, aktívna a športovo založená žena a úspešná žena, ktorá ide na vlne najnovších trendov. V digitálnej kampani v pätnásťsekundových spotoch každú z nich oslovuje iné oznámenie a príbeh z reálneho života. "Kampaň sme zámerne načasovali do obdobia povianočných predsavzatí, keď väčšina žien, ktoré oslovujeme, rieši zhadzovanie prebytočných kíl a nastavenie zdravých stravovacích návykov. Chceme ich motivovať k voľbe nutrične vyvážených a chutných raňajok, ktoré naštartujú ich deň tým správnym smerom," uzatvára Demčíková.

Nové digitálne spoty sú k nahliadnutiu tu:

<https://www.youtube.com/watch?v=yQj-r3hCOj0&feature=youtu.be>

<https://www.youtube.com/watch?v=-L0YgXQwaKM&feature=youtu.be>

<https://www.youtube.com/watch?v=Cfk5ECy66cY&feature=youtu.be>

Tlačové správy spoločnosti Mondelēz International v Českej republike a na Slovensku nájdete tu: <http://www.mynewsdesk.com/cz/mondelez-cz-sk>.

**O spoločnosti Mondelez Slovakia**

Spoločnosť Mondelez Slovakia je súčasťou skupiny spoločnosti Mondelēz International, ktorá je popredným svetovým výrobcom čokolády, sušienok, žuvačiek a cukríkov. Skupina v súčasnom období zamestnáva více než 80 tisíc zamestnancov a svoje výrobky predáva v 160 krajinách sveta. Medzi jej najznámejšie značky patrí čokoláda Milka a Cadbury, sušienky Oreo a Lu, alebo žuvačky Trident. Do portfólia produktov na českom a slovenskom trhu patria značky BeBe Dobré ráno, Opavia, Brumík, Fidorka, Figaro, Halls, Kolonáda, Miňonky či TUC. Mondeléz International je v Českej republike a na Slovensku jedničkou vo výrobe sušienok a čokoládových cukroviniek. V štyroch továrňach, dvoch obchodných jednotkách a centre zdieľaných služieb zamestnáva takmer 2,5 tisíca ľudí. Obchodné zastúpenie firmy tu predáva 430 produktov pod 19 značkami. Viac na [www.mondelezinternational.com](http://www.mondelezinternational.com), [www.facebook.com/mondelezinternational](http://www.facebook.com/mondelezinternational) a [www.twitter.com/MDLZ](http://www.twitter.com/MDLZ).