

Polski smak w indywidualnym tonie

Wyborowa rusza z kampanią Wyborowa Party Challenge towarzyszącą wprowadzeniu do regularnej sprzedaży polskich wódek Wyborowa Polska Pszenica i Wyborowa Polski Ziemniak, które wspólnie z Wyborowa Polskie Żyto tworzą unikatową kolekcję trzech wariantów czystej polskiej wódki na stałe dostępnych na rynku. W kampanii marka zaprasza do odkrywania nieznanymi wrażeń, a hasło jakie jej towarzyszy to „Poszukiwanie nowych doznań zaczyna się od Ciebie!”. Główny element kampanii to zaawansowany technologicznie spot, który pozwala widzom decydować o tym, co dzieje się na ekranie.

Otwórz się na nowe doznania i wybierz smak

Trzy smaki czystej wódki Wyborowa stały się inspiracją do stworzenia komunikacji opartej na różnorodnych preferencjach, upodobaniach a także poszukiwaniu nowych doznań. Każdy z nas ma swoje ulubione miejsca, lubi określony rodzaj muzyki, a także otacza się paczką znajomych lub najlepszymi przyjaciółmi, w których towarzystwie czuje się sobą. Znając swoje preferencje kreujemy najbliższe otoczenie w taki sposób, by czuć się w nim jak najlepiej. Wprowadzamy do niego zmiany, które są zgodne z naszą osobowością, stylem i sposobem bycia. Czasem zwrot akcji może nas zaskoczyć, ale jeżeli jesteśmy kreatywni i gotowi na nowe przeżycia to doskonale się odnajdziemy w nieoczywistych sytuacjach.

Marka Wyborowa otwiera na nowe doznania i pokazuje, że możemy zyskać więcej – kiedy będziemy gotowi na nieoczekiwane wrażenia i... różnorodne smaki. Producent wódki Wyborowa przygotował zaawansowany technologicznie spot, którego ideą jest nawiązanie do wyzwań czekających na nas na każdym kroku. Możemy wyjść z nich zwycięsko dzięki kreatywnemu podejściu i nieszablonowemu myśleniu. Marka zaprasza widzów do podróży przez 3 różne światy w nawiązaniu do trzech wariantów czystej wódki Wyborowa – Polski Ziemniak, Polska Pszenica i Polskie Żyto. Przewodnikiem po każdym z nich jest główny bohater, który staje przed wyzwaniem, by odnaleźć się w trzech nieoczekiwanych sytuacjach. W każdych warunkach znajduje na to sposób, charakterystyczny dla każdego z wariantu Wyborowej, nadając odpowiedni ton imprezie, na której się znalazł. Dzięki zaawansowanej technologii spotu oglądający mają możliwość płynnego przełączania się pomiędzy światami bohatera poprzez wybranie dowolnej wersji filmu. Mogą to zrobić za pomocą kliknięcia i przytrzymania odpowiedniej litery znajdującej się w oknie spotu. W podstawowym wariantcie video oglądający poczują atmosferę motocyklowego klubu z Wyborową Polskie Żyto. Wybierając „P” na ekranie – Wyborowa Polska Pszenica, użytkownicy przeniosą się wraz z bohaterem w świat miejskiego clubbingu, a klikając na „Z” - Wyborowa Polski Ziemniak znajdą się w barze dla geeków. A każdej z imprez towarzyszy konkretny wariant czystej polskiej wódki. Film powstał według koncepcji IQ Marketing Poland we współpracy z Papaya Films i studium Lunapark według technologii po raz pierwszy wykorzystanej w ramach kampanii realizowanej w Polsce. Spot można już oglądać na stronie wyborowa.pl.

Którą imprezę Ty wybierzesz

W ramach kampanii zostanie uruchomiona nowa odsłona strony wyborowa.pl a wraz z nią konkurs nawiązujący do spotu. Zadaniem jest przygotowanie odpowiedzi na pytanie „Impreza o mocy żyta, delikatności pszenicy czy słodkości ziemniaka? Na której z naszych trzech filmowych imprez bawiłbyś się najlepiej i dlaczego?” i wysłanie jej za pomocą formularza zamieszczonego na stronie. Konkurs podzielony jest na trzy sześciodniowe etapy. Zwycięzca każdego z nich zostanie wyróżniony nagrodą główną (w pierwszym etapie: iPhone, w drugim etapie: iPad, w trzecim etapie: iWatch). Dodatkowo codziennie przyznawane będą trzy zestawy, tzw. party boxy zawierające trzy warianty Wyborowej – Polski Ziemniak, Polska Pszenica i Polskie Żyto. Konkurs startuje 5 grudnia na stronie wyborowa.pl i potrwa przez 18 kolejnych dni.

Kampania Wyborowa Party Challenge realizowana będzie online oraz w punktach sprzedaży z wykorzystaniem materiałów POSM.

Wszystkie smaki czystej wódki na stałe

„Wprowadzenie na rynek limitowanych edycji wódki stworzonych z lokalnych surowców okazało się ogromnym sukcesem. Dlatego w tym roku zdecydowaliśmy dołączyć Wyborową Polska Pszenica i Wyborową Polski Ziemniak do stałej sprzedaży i stworzyć wokół tej implementacji kampanię w której możemy się bawić możliwościami, poszukiwać nowych doznań i dokonywać wyboru, który najbardziej nam odpowiada, ale może też nas pozytywnie zaskoczyć – powiedział Tadeusz Rusek, Polish Vodkas Senior Brand Manager. Wszystkie warianty czystej wódki Wyborowa dostępne są w butelkach 0,5l i 0,7l a także w kartonie zawierającym wszystkie 3 warianty. Produkty można znaleźć w punktach sprzedaży w całej Polsce.

Wybierz swój smak



Wyborowa Polska Pszenica – wyprodukowana jest z pieczołowicie dobranych odmian polskiej pszenicy. Charakteryzuje się delikatnym, bardzo świeżym aromatem, z wyczuwalnymi nutami cytrusów oraz gładką i krągłą teksturą. Finisz jest niezwykle przyjemny, długi i czysty. W procesie produkcji wykorzystywany jest kwarc i ametyst.



Wyborowa Polski Ziemniak – charakteryzuje się delikatnym, lekko słodkim aromatem, z wyczuwalnymi nutami pieczonych w ognisku ziemniaków. W smaku wódka ta jest niezwykle gładka i kremowa, z odrobiną słodyczy, na końcu rozwija się delikatny posmak gałki muszkatołowej. Finisz jest długi, ciepły i kremowy. W procesie produkcji wykorzystywany jest kwarc i ametyst.



Wyborowa Polskie Żyto – produkowana z najlepszego polskiego żyta, to klasyka polskiej wódki. Zdecydowany, jedyny w swoim rodzaju smak ceniony jest w Polsce i na świecie od pokoleń. Wódka o wyraźnym charakterze, przełamana subtelną słodyczą.

O marce

Wyborowa to coś więcej niż tylko wódka, to efekt zamięłowania do perfekcji i jakości okraszonej nutą prawdziwej pasji. To dowód na mistrzostwo, doskonałej od blisko 600. lat, polskiej sztuki gorzelniczej. Wyborowa to narodowe dziedzictwo, z którego Polacy mogą być i są dumni. To także marka, która śmiało spogląda w przyszłość i nie boi się innowacji, a wyjątkowy smak jej produktów jest doceniany nie tylko przez smakoszy, ale i ekspertów w świecie alkoholi mocnych. Od lat zdobywa uznanie i renomę w międzynarodowych konkursach. Jej jakość potwierdzają otrzymane aż 23 złote medale, liczne wyróżnienia i tytuły na prestiżowych wydarzeniach branżowych. W 2010 roku została uznana za najlepiej sprzedającą się polską wódkę w rankingu Hot Brands Drinks International. Więcej informacji na: www.wyborowa.pl oraz www.facebook.com/wyborowapolska