

Jaguara Premium Dark Rum lanserar innovativ och unik digital kampanj

Umida tar nu nästa steg i marknadsföringen av Jaguara Premium Dark Rum. Tillsammans med digitala kommunikationsbyrån BrandBee skapas en digital kampanj där Jaguara "väcks" till liv i olika videoformat.



Kampanjerna skapas, genom en innovativ videoannonsering i olika utförandena för Jaguara. I Sverige är detta helt nytt och vi kan idag endast se traditionell marknadsföring. **Jaguara Premium Dark Rum** är inte bara innovativ när det gäller själva drycken utan har nu även utvecklat annonseringen inte bara ett utan flera steg framåt.

Kampanjen

Genom att kontinuerligt testa annonsalternativen som skapats och optimera den mest effektiva är målsättningen att hitta den ultimata videoannonsen för Jaguara, den som ger allra bäst respons från målgruppen. Genom BrandBees tekniska lösning skapas ett stort antal videos, alla med sina unika element och skillnader, och därefter identifieras de enheter som driver högst konvertering och varumärkesengagemang varpå dessa optimeras till rätt mottagare.

“Att jobba datadrivet med videoannonsering har tidigare varit förbundet större varumärken med stora produktionsbudgetar. Det vi nu gör tillsammans med Umida är att bygga en kampanj baserad på vad konsumenterna verkligen tycker om och attraheras av, och därefter låter vi data och algoritmer välja den

ut den mest effektiva **videoannonsern**. För oss på BrandBee är det väldigt roligt att få jobba med ett så innovativt varumärke som Jaguar och med teamet bakom” säger Magnus Clarenbring, VD på BrandBee.

Om Jaguar Premium Dark Rum

Jaguar lanserades som offertvinst på Systembolaget i mars 2020, i det kraftigt växande segmentet för mörk rom. Denna kategori kännetecknas av traditionella varumärken, något som Jaguar med sin moderna profil och innovativa positionering utmanar och kontrasterar gentemot. Jaguar har en högre alkoholhalt (45%) och högre prispunkt (449 kr i konsumentpris) än flertalet konkurrenter, något som tagits emot mycket väl av konsumenterna. Under de första fyra månaderna på marknaden har Jaguar överträffat volymprognoserna och tagit en betydande marknadsandel i segmentet. För att ytterligare växa och nå än fler nyfikna konsumenter tar en innovativ digital kampanj fokuserad på rörlig kommunikation.

”Vi är glada över det positiva mottagandet som Jaguar fått av konsumenterna sedan lanseringen i våras. Vi visste att vi hade en högkvalitativ produkt men att hela konceptet och varumärket landat så väl känns mycket roligt och ger oss gott självförtroende för lanseringens nästa fas, en ökad marknadsföringsinsats tillsammans med BrandBee.” säger Filip Lundquist, VD på Umida Group AB (publ).