

برند: اویلا

دسته محصولی: خوراکی

خدمت ارائه شده: کمپین تبلیغاتی

باهدف معرفی محصول تن ماهی

سال همکاری: ۱۳۹۴

پیش گفتار

تقاضا برای مصرف تن ماهی در میان شهروندان کشور ایران ۸۰ درصد گزارش شده است.

بررسی های صورت گرفته از سوی یک مرکز تحقیقات ایرانی نشان می دهد ۸۰ درصد شهر نشینان ایران تن ماهی مصرف می کنند. نمودار تولید کنسرو ماهی در ایران نشان می دهد طی هفت سال اخیر (۲۰۰۷-۲۰۰۰) تولید ماهی تن و کنسرو ماهی در ایران از رشد بالایی برخوردار بوده است.

آخرین آمار در سال ۲۰۰۷ حاکی است تولید کنسرو ماهی ۸۴ هزار میلیون تن بوده است که در مقایسه با سال ۲۰۰۶، ۲۲ درصد افزایش داشته است. تولیدات ایران مجموعاً ۵ درصد تولید کنسرو ماهی کل جهان را شامل می شود و این به این معناست که ایران پس از تایلند، اسپانیا، آمریکا و اکوادور مقام پنجم تولید کنسرو ماهی را در جهان داراست.

تن ماهی اویلا

تن ماهی اویلا در بسته های ۱۸۰ گرمی به صورت کنسرو با درب ایزی آپن به بازار عرضه می شود.

برند اویلا با هدف ارائه سبد کامل محصول، طیف گسترده و متنوعی از محصولات مانند روغن های خوراکی، برنج و کنسرو ماهی تن تولید و وارد بازار کرده است.

چالش چه بود؟

در فضایی که رقبای فعال تبلیغاتی ماهی تون اوایلا، بر سلامتی محصولشان تأکید داشتند و از آنجا که این اعتقاد که سلامتی اصل اولیه‌ی مواد غذایی است و اگر می‌خواستیم درباره‌ی سلامتی حرف بزنیم، حرف تازه‌ای نباشد. و از طرفی دیگر تأکید بر روی کیفیت محصول با توجه به تحقیقات انجام‌شده که تن ماهی اوایلا را از کیفیت بالایی برخوردار بوده و در میان رقبا این نکته به‌عنوان مزیت رقابتی دیده می‌شد، چالش اصلی معرفی تن ماهی اوایلا با استفاده از پیامی متمایز و جدید در بین رقبا بود.

راه‌حل چه بود؟

کیفیت تن ماهی اوایلا و طعم خوشمزه آن دو دلیل عمده دارد. اول اینکه گوشت استفاده شده در تن، از فیله ماهی تشکیل شده و دوم اینکه فرآیند تفاوت صید ماهی و تکنولوژی منجمدسازی آن، به طوری که هر قدر فرآیند صید ماهی تا تولید کنسرو ماهی تون طولانی شود، احتمال افزایش هیستامینی شدن بیش‌تر می‌شود. تکنولوژی منجمدسازی ماهی هنگام صید به کاهش این احتمال کمک می‌کند. پس در نتیجه باید به گونه‌ای درباره‌ی صید حرفی می‌زدیم که هم هیستامینی نشدن را در بر بگیرد و هم جلب توجه کرده و پیام را به گونه‌ای منتقل کند که طعم خوشمزه را به دلیل صید متفاوت انتقال دهد.

تفاوت در صید است
که خوشمزه ترمی شوند!

اوایلا

تکنولوژی جدید صید ماهی برای حفظ تازگی
www.oillife.com

نتیجه پروژه

«تفاوت در صید است که خوشمزه‌تر می‌شوند»

پیام اصلی به گونه‌ای انتخاب شد که هم‌روی تفاوت در صید را به‌عنوان دلیل کیفیت بالا و طعم خوشمزه آن القاء کند. از طرفی دیگر پیام لحنی صمیمی داشت و با مخاطب آن ارتباط برقرار کند و در نهایت منجر به فروش محصول شود. در نتیجه پیام خلق شده نسبت به رقبا پیامی متفاوت داشته باشد.