**BOLS Platinum pośród Królów Życia**

**2016 to kolejny rok współpracy pomiędzy BOLS Platinum i Agencją Kreatywną BE7. W tym roku stworzony przez agencję dostojny lew wkracza pomiędzy ludzi, budując prawdziwą relację z Królami Życia - bohaterami nowej kampanii BOLS Platinum.**

Działania związane z promocją PlatyNowego Smaku wódki BOLS Platinum zaczęły się w 2015 roku - kompletną zmianą pozycjonowania i komunikacji produktu. Kreacja, za którą odpowiedzialna jest Agencja BE7 oparta o archetyp władcy-króla w tym roku została dostosowana do nowych założeń. Majestatyczny lew nie jest już samotnikiem, a występuje w towarzystwie. Na materiałach pojawili się ludzie – Królowie Życia oraz ich dostojne tytuły (Król: Wyzwań, Charakteru, Imprezy, Łowów, Sukcesu, Braterstwa, Parkietu, Rozmachu, Królów, Gestu, Spontanu, Baletów).

*„Poprzednio prowadzona kampania wykorzystująca postać PlatyNowego Króla Smaku została świetnie odebrana wśród konsumentów. Postanowiliśmy więc wykorzystać wypracowany symbol bazujący na archetypie króla i dostosować go do specyfiki mediów społecznościowych. Tym razem postawialiśmy na nawiązanie bezpośredniej interakcji- Królowie Życia mogą sami pochwalić się swoimi wyczynami - najlepsze historie nagradzamy organizacją imprezy w królewskim stylu.”* Mówi Kamil Jędrzejewski Brand Manager BOLS Platinum

Kampania prowadzona na Facebook’u z hasztagiem Królowie Życia buduje zaangażowanie i zachęca do sięgnięcia po butelkę z odpowiednim dla konsumenta tytułem na holderze. Komunikacja budowana jest w oparciu o materiały wideo, w których każdy król gra swoją główną rolę. Wprowadzone zostały także nowatorskie rozwiązania postów z opcją cinemagraph’u.

W ramach kampanii odbywa się także comiesięczna koronacja nowego kreatywnego Króla Życia. Pretendenci do tytułu biorą udział w konkursie i przekonują jury o swoim wyjątkowym mistrzostwie… w czymkolwiek co tylko jest dla nich ważne, co odpowiada insightowi kampanii „jesteś tym, kim chcesz być!”

Takie oddanie głosu konsumentom, pozostawienie wyboru i zadbanie o ich dobre samopoczucie skutkuje. BOLS Platinum notuje wzrost zaangażowania fanów marki na swoim oficjalnym fanpage’u. Dobre wyniki nie kończą się tylko na zmianie w odbiorze. Wzrost sprzedaży rozpoczęty zeszłorocznym relaunchem nabrał większej dynamiki. Polscy Królowie Życia coraz chętniej sięgają po BOLS Platinum.

Za opracowanie insightu, Key Visuala, wszystkich materiałów video, cinemagraph’ów oraz całości materiałów POS również w tym roku odpowiada Agencja Kreatywna BE7.

Więcej o Agencji BE7 na www.be7.pl