**Czas na gotowe zupy! - wystartowała jesienna kampania marki JemyJemy**

**Marka JemyJemy, lider\* na rynku zup gotowych z półki, wraz z początkiem października rozpoczęła szeroko zakrojoną kampanię mediową, obejmującą OOH, digital, social media oraz aktywności w punktach sprzedaży. Celem zaplanowanych działań jest dalsze budowanie świadomości, rozpoznawalności oraz wizerunku marki jako nowoczesnej i podążającej za trendami rynkowymi.**

Marka JemyJemy, znana ze smacznych i łatwych w przygotowaniu zup, które wystarczy przelać do naczynia i podgrzać, zainaugurowała jesienną kampanię reklamową pod hasłem „Czas na gotowe zupy!”. Główny nacisk w komunikacji położono na różnorodność smaków zup JemyJemy, ich wysoką jakość oraz wygodę w użyciu.

**Od promocji konsumenckiej cashback po kampanię na billboardach i w mediach społecznościowych**

W ramach zaplanowanych działań atrakcyjna i przyciągająca uwagę kreacja reklamowa JemyJemy pojawiła się na billboardach i citylightach w największych miastach Polski: Warszawie, Poznaniu, Katowicach i Wrocławiu. To jednak nie wszystko – kampania jest także prowadzona w mediach społecznościowych na Instagramie i Facebooku. Na kanale YouTube dostępne są dedykowane spoty wideo, w których prezentowane są produkty oraz bogata oferta smaków zup JemyJemy.

– *Druga połowa roku pod względem aktywności marketingowych to dla nas wyjątkowo intensywny okres. Zaczęliśmy od akcji cashback "Smakujemy z JemyJemy", która potrwa do końca października, a już teraz widzimy, że spotkała się z dużym zainteresowaniem. To inicjatywa nie tylko wspierająca sprzedaż, ale także budująca nowoczesny wizerunek marki, jednocześnie wzmacniająca interakcję i więź z konsumentami. W planach mamy kolejne działania promocyjne, by dotrzeć do jak najszerszego grona odbiorców i zachęcić ich do wypróbowania produktów JemyJemy* – mówi Aleksandra Duszyńska, Specjalista ds. marketingu marki.

Uzupełnieniem kampanii mediowej są działania w punktach sprzedaży. Oprócz dedykowanych materiałów POS, w wybranych sklepach na konsumentów czekają specjalne akcje promocyjne oraz degustacje zup JemyJemy.

Za przygotowanie konceptu akcji oraz kreacji odpowiedzialna jest agencja marketingowa 21gram, zakupem mediów zajmuje się Value Media.

\**Profi za NielsenIQ, Panel Handlu Detalicznego, Cała Polska (Food), Sprzedaż i udziały w sprzedaży wartościowej, MAT 07 2024, kategoria zupy z półki.*