**Czas na zupy i dania gotowe! Wystartowała wiosenna kampania marki JemyJemy**

**Marka JemyJemy, lider\* rynku gotowych zup z półki, kontynuuje szeroko zasięgowe działania mediowe. Wiosenna kampania w ramach marketing mixu obejmuje aktywności digitalowe, współpracę z influencerami, reklamy w RMF FM i Radiu Zet oraz aktywności w punktach sprzedaży. Celem zaplanowanych aktywności jest dalsze zwiększanie rozpoznawalności marki oraz promocja nowości JemyJemy dań gotowych.**

JemyJemy, znana ze smacznych i łatwych w przygotowaniu zup, które wystarczy przelać do naczynia i podgrzać, kontynuuje swoją komunikację dostosowaną do dynamicznie rozwijającego się rynku. Tym razem - obok zup - w centrum kampanii znalazła się nowa linia dań gotowych, wpisujących się w rosnący trend na produkty typu convenience. Wszystko w duchu hasła marki „Pysznie robi się samo!”.

**Radio, digital, influencerzy**

W ramach kampanii zaplanowano emisję spotów radiowych w kluczowych stacjach oraz szeroką obecność w digitalu. Na największych portalach pojawiły się zarówno reklamy statyczne, jak i dynamiczne - w formatach programmatic displaymix oraz rich media. Uzupełnieniem działań jest współpraca z wybranymi influencerami oraz obecność marki na YouTube.

- *To dla nas kolejny ważny krok w umacnianiu pozycji marki JemyJemy na rynku. Kampania doskonale wpisuje się w nasz długofalowy kierunek komunikacji - konsekwentnie rozwijamy obecność w mediach i budujemy relacje z odbiorcami, odpowiadając na aktualne potrzeby i trendy. Tym razem szczególny nacisk kładziemy na dania gotowe, które już teraz zyskują zaufanie konsumentów - podobnie jak nasze zupy* - podkreśla Aleksandra Duszyńska, Specjalistka ds. marketingu marki JemyJemy.

**Marketing rekomendacji**

Wśród tegorocznych aktywności znalazły się również inicjatywy oparte na marketingu rekomendacji. Produkty JemyJemy trafiły do Klubu Ekspertek, gdzie będą testowane i oceniane przez konsumentki. Równolegle prowadzona jest współpraca z serwisem Ofeminin, w ramach której marka pojawi się w materiałach redakcyjnych.

**Aktywacje sprzedażowe**

W czerwcu zaplanowano również konkurs konsumencki w sieci Auchan, który zostanie wsparty promocją w punktach sprzedaży. Na klientów czekają dedykowane materiały POS oraz dodatkowe aktywacje, zachęcające do sięgania po dania i zupy JemyJemy z atrakcyjnymi nagrodami. Więcej informacji będzie dostępnych na stronie www.jemyjemykonkurs.pl

\* Profi za NielsenIQ, Panel Handlu Detalicznego, Cała Polska (Food), Sprzedaż i udziały w sprzedaży wartościowej, MAT 02 2025, w kategorii: Zupy z półki