

Cum am comunicat în digital lansarea noii sticle - Vodca Ștefan cel Mare de la S.C. PRODALCOM



Despre client

Vodca Ștefan cel Mare este unul dintre produsele de referință din cadrul portofoliului SC Prodalcom SA - producător din zona Moldovei, dpdv istoric a României, cu o experiență în producerea băuturilor alcoolice de peste 33 de ani. Inspirată de forța, noblețea și viziunea legendară a marelui voievod, Vodca Ștefan cel Mare reprezintă o călătorie olfactivă și gustativă în inima tradițiilor românești.

Provocarea

Pe 20 martie 2026 a avut loc lansarea noii sticle a brandului, printr-un eveniment fizic, la MINA Iași. Focusul a fost plasat pe noul aspect, o poziționare diferită dpdv al audiențelor din online: de la senioră, exclusiv masculină, la una tânără, atât masculină, cât și feminină

precum și a stilului vizual: de la referințe istorice și elemente specifice perioadei de domnie a lui Ștefan cel Mare, la contexte actuale, precum ocaziile de consum cu o abordare premium.

Provocarea a constat în dezvoltarea unei comunicări de tip tranziție în funcție de:

- tone of voice
- stilurile vizual și narativ
- poziționarea brandului de la audiențele deja fidelizate - la unele noi

și sporirea gradului de interes în raport cu produsul nou lansat, cu o calitate îmbunătățită și creșterea notorietății în mediul online.

Abordarea

Am dezvoltat o strategie de lansare a noii sticle reflectată în mediul online, dezvoltată în 3 etape, cu variate formate:

1. Teasing pre lansare:

- materiale video cu definirea formei geometrice a sticlei
- materiale statice prin afișarea parțială a noii identități
- promovarea plătită în rândul audiențelor fidelizate și celor noi

2. Live în timpul evenimentului cu noua identitate:

- material video cu identitatea noii sticle
- actualizarea imaginilor de profil și a coverului pe pagina de FB
- modificarea secțiunii bio pe toate canalele
- stories din cadrul evenimentului

3. Post event:

- promovarea materialului video, tip after movie și a materialelor statice de la event
- campanii plătite de awareness.

Execuția

Au fost realizate dpdv ale execuției, pentru o comunicare eficientă și elaborată:

KV:

- elaborare identitate vizuală de prezentare a noii sticle în digital

Elaborare plan campanii digitale (Awareness):

- Meta Ads
- TikTok Ads

Social media management (Meta):

- dezvoltare&publicare postări lunare
- creare materiale vizuale: video&statice și texte
- publicare stories

Dezvoltare canale noi:

- lansarea paginii de TikTok.

Livrabile

- 2 campanii lansate: META și Tik Tok
- 1 KV
- 10 postări: META
- 7 video: Tik Tok
- 1 FB cover
- 1 bio pentru toate 3 canale de social media
- 1 profile picture.

Rezultate

Meta:

- 3,4 mln de afișări
- 1.1 mln - reach

TikTok:

- 1,2 mln de afișări
- 354 mii - reach.

Key points

- **Catalizator de vizibilitate:** Lansarea canalului TikTok a amplificat exponențial prezența brandului în mediul digital
- **Performanță creativă:** Conținutul axat pe estetică vizuală a înregistrat indicatori de performanță (KPIs) peste media setată.
- **Engagement tactic:** Mecanismele de teasing și reveal au condus la un flux constant de trafic pe paginile de destinație.
- **Recepția brandului:** Rebranding-ul a fost validat prin advocacy, stimulând interacțiunea și partajarea conținutului de către noua comunitate.