

18.04.2019 - 10:03 Uhr

Mit dem Start von "Live Victoriously" lädt GREY GOOSE® Wodka Menschen ein, sich selbst als besonderen Anlass zu feiern

Einführung der ersten neuen, integrierten Markenplattform der Marke seit über einem Jahrzehnt

Hamilton, Bermuda (ots/PRNewswire) - GREY GOOSE® Wodka kündigt seine globale Markenplattform "Live Victoriously" an. Das Ethos der Live Victoriously-Plattform ist eine Antwort auf die Nachfrage der Verbraucher nach Luxusmarken, die authentischer sind und mit denen sie eher eine Beziehung eingehen können. Selbstverwirklichung erfolgt nicht mehr dadurch, andere zu beeindrucken, sondern eher durch die Augenblicke, die für einen selbst wichtig sind - egal wie klein oder groß diese Momente sein mögen.

"Im Wesentlichen versteht Live Victoriously, dass Sie selbst der besondere Anlass sind und dass jeder Moment - ob groß oder klein - eine Gelegenheit ist, eine lebenslange Erinnerung zu erzeugen. Es ist paradox, dass Verbraucher heute mehr denn je Wert auf Produktqualität und Markentransparenz legen, aber ihr Kaufverhalten auf Kompromissbereitschaft bei beiden hinweist", so Lee Applbaum, Global Chief Marketing Officer von GREY GOOSE. "Gut genug" ist in dieser Kategorie, die durch Preisdruck und kluges, aber oft irreführendes Marketing abgeschwächt wurde, zur Norm geworden. GREY GOOSE ist ein Luxusprodukt, aber diese Positionierung hat auch unsere Fähigkeit beeinträchtigt, Verbraucher auf einer bestimmten Ebene zu erreichen: In den meisten Fällen reservieren sie GREY GOOSE für ganz besondere Anlässe. Live Victoriously versucht, diese Wahrnehmung zu ändern und die Verbraucher darin zu bestärken, dass sie selbst die besondere Gelegenheit sind und dass jeder Moment eine Chance dafür ist, eine lebenslange Erinnerung zu schaffen.

Die neue globale Markenplattform wird ganzheitlich durch eine Reihe von integrierten kreativen Assets unterstützt. Sie sollen emotionale Verbindungen zu den Konsumenten auf eine Art und Weise herstellen, mit der GREY GOOSE auch für die flüchtigsten Momente leichter zugänglich und die richtige Wahl ist - denn auch sie haben das Potenzial, lebenslange Erinnerungen zu werden. Die Live Victoriously TV-Spots verstärken diese emotionale Konnektivität, indem sie entweder einen Hauptdarsteller oder eine Gruppe von Charakteren präsentieren, die sich vollständig auf unerwartete, aber feierliche Momente einlassen. Die 15 und 30 Sekunden langen TVC-Spots, die von Fredrik Bond inszeniert und mit ermutigenden Slogans wie "Live like you're the special occasion", "Live like every day is your birthday" und "Live like your phone doesn't exist" überlagert sind, werden bis Juni über Cable Entertainment Networks, Primetime TV und Sports Programming ausgestrahlt. Kultige Außenwerbung wird die Kampagne außerdem in wichtigen Märkten wie New York, Chicago, Los Angeles, Miami, Washington DC, Las Vegas und Atlanta präsentieren, und die Anzeigen werden in US-Printmedien, von Esquire über Rolling Stone bis hin zum Food & Wine Magazine gezeigt werden.

GREY GOOSE startet weiterhin sein digitales und soziales Ökosystem weltweit komplett neu, mit der Transformation von www.GreyGoose.com zu einer immersiven, interaktiven Website, die mit individuellen Inhalten angereichert wird. Darüber hinaus wird die Einführung der Live Victoriously-Plattform durch exklusive Medienpartnerschaften mit Top-Content-Hubs wie Hulu, Spotify, The Skimm und HypeBeast unterstützt.

MullenLowe U.S. wurde kürzlich als neue verantwortliche Kreativagentur verpflichtet und führte den Start der Live Victoriously-Plattform durch. Zusätzlich zu MullenLowe beauftragte GREY GOOSE Publicis Sapient mit der globalen digitalen und sozialen Strategie zur Förderung der digitalen Transformation des Unternehmens. Diese beiden Partnerschaften haben das Engagement von Applbaum für eine ganzheitliche Überarbeitung und Neupositionierung der GREY GOOSE-Markenidentität untermauert.

Zur Feier der Einführung der Live Victoriously-Plattform überraschte GREY GOOSE gestern Abend bei der "Happy Hour" in New York und London Besucher von Bars nach Feierabend mit Auftritten einiger der beliebtesten Comedians der Welt. Die Comedians - darunter Jamie Foxx, Aidy Bryant und Colin Jost in New York City und Jack Whitehall in London -, die sich für diesen Abend als Barkeeper ausgaben, servierten Cocktails und boten gleichzeitig spontane Standup-Shows, die sich auf die Hauptbotschaft der neuen Plattform konzentrierten: "Live Victoriously" bedeutet, sich das Beste zu gönnen, weil man sich es wert ist. Und die besten Momente sind diejenigen, in denen Sie sich gerade befinden - auch an einem Dienstag um 18 Uhr. Das ganze Jahr über wird GREY GOOSE weiterhin kulturelle Anbieter aus verschiedenen Bereichen zusammenbringen, um Alltagsmomente zu revolutionieren und die Menschen zu inspirieren, ihr Leben nach dem Motto "Live Victoriously" zu führen.

Als Marktführer in der Kategorie Super-Premium-Wodka ist GREY GOOSE bereits ein Synonym für außergewöhnliche Qualität und es wird ihm weitgehend zugeschrieben, die Kategorie seit seiner Einführung vor 22 Jahren für immer verändert zu haben. Mit dem Start von Live Victoriously möchte die Marke die Verbraucher jedoch daran erinnern, dass Qualität nicht nur für die großen Momente des Lebens reserviert sein muss - GREY GOOSE ist für jeden Moment geeignet, der das Potenzial hat, eine lebenslange Erinnerung zu werden.

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an greygoose@nikecomm.com (file:///10.86.178.62/AppData/Local/Microsoft/Windows/NetCache/Content.Outlook/LZ21JFO3/greygoose@nikecomm.com).

Informationen zu GREY GOOSE Wodka

GREY GOOSE® wird ohne Kompromisse aus hochwertigsten Zutaten hergestellt. Der Produktionsprozess kann von der Ernte bis zum Korken zu 100 % zurückverfolgt werden. Jeder Aspekt der Herstellung von GREY GOOSE® konzentriert sich darauf, einen Wodka von unerreichter Qualität zu schaffen. Jede Flasche GREY GOOSE wird in Frankreich destilliert und abgefüllt, mit einem Rezept und einem Prozess, der von Anfang an unverändert geblieben ist. Es werden nur zwei Zutaten verwendet: sortenreiner Weizen aus der französischen Region Picardie und Quellwasser aus unserem natürlichen Kalksteinbrunnen in Gensac-la-Pallue. Ein einzigartiges Destillationsverfahren bringt die natürlichen und außergewöhnlichen Eigenschaften dieser Zutaten hervor.

Das Fachwissen des GREY GOOSE Kellermeisters François Thibault sorgt für eine unvergleichliche Weichheit und einen hervorragenden Geschmack. Das GREY GOOSE Portfolio umfasst GREY GOOSE® Wodka und die aromatisierten Wodkas GREY GOOSE® La Poire, GREY GOOSE® L'Orange und GREY GOOSE® Le Citron.

www.greygoose.com

Die Wodka-Marke GREY GOOSE gehört zum Portfolio von Bacardi Limited mit Sitz in Hamilton, Bermuda. Bacardi Limited bezieht sich auf die Unternehmensgruppe Bacardi, einschließlich Bacardi International Limited.

TRINKEN SIE VERANTWORTUNGSBEWUSST

Video - https://mma.prnewswire.com/media/873388/GREY_GOOSE_LIVE_VICTORIOUSLY.mp4 (https://c212.net/c/link/?t=0&l=de&o=2439262-1&h=3884133429&u=https%3A%2F%2F2012.net%2F%2Flink%2F%3F%3D0%26%26%3D2439262-1%26%3D4207420894%26%3Dhttps%253A%252F%252Fmma.prnewswire.com%252Fmedia%252F873388%252FGREY_GOOSE_LIVE_VICTORIOUSLY.mp4%26%3Dhttps%253A%252F%252Fmma.prnewswire.com%252Fmedia%252F)

Foto - https://mma.prnewswire.com/media/873381/GREY_GOOSE_Jamie_Foxx.jpg
Foto - https://mma.prnewswire.com/media/873383/GREY_GOOSE_June_GG.jpg

Foto - https://mma.prnewswire.com/media/873384/GREY_GOOSE_Event.jpg
Foto - https://mma.prnewswire.com/media/873385/GREY_GOOSE_Colin_Jost.jpg

Foto - https://mma.prnewswire.com/media/873387/GREY_GOOSE_Aidy_Bryant.jpg
Foto - https://mma.prnewswire.com/media/873386/GREY_GOOSE_Live_Victoriously_Logo.jpg (https://c212.net/c/link/?t=0&l=de&o=2439262-1&h=3670937611&u=https%3A%2F%2F2012.net%2F%2Flink%2F%3F%3D0%26%26%3D2439262-1%26%3D1786984461%26%3Dhttps%253A%252F%252Fmma.prnewswire.com%252Fmedia%252F873386%252FGREY_GOOSE_Live_Victoriously_Logo.jpg%26%3Dhttps%253A%252F%252Fmma.prnewswire.com%252Fmedia%252F)