

# איך דלתא הזמינה את הנשים בישראל לתת ביטוי לשונות שלהן עם תחתונים 720 המתאימים את עצמם לגזרה הייחודית של כל אישה

תס וטגש וְהַמְשִׁיבֵדְקִים  
וְתִשׁוּבָה וְשִׁעְזִמְבָּהֵמֵטִז וְעִרְבָאֵזְשֵׁת גֵּעֵרְךָ  
וְדִתְגֵר יִדְזָקְךָ שְׁחָץ. אֲבָצִס אִזִּירְךָ זִט

הרקע למהלך

# ומאז ועד היום דלתא בנתה את עצמה בצורה עקבית ומתמשכת כמובילת שוק בתחום ההלבשה התחתונה

כשבשנים האחרונות התמקדה בעיקר בזירת הפיג'מות ובתחתונים לגברים

# אך אם עד היום דלתא הייתה שם דבר בקטגוריית ההלבשה התחתונה כעת המתחרות מאיימות על נתח השוק שלה

כשמתחרות גדולות בעלות קהל צרכנים נאמן מציעות תחתונים בקו הקופות במחירים אטרקטיביים

כתוצאה מכך,

# יותר ויותר צרכניות משתכנעות שזה לגיטימי לקנות תחתונים ברשתות האופנה ללא צורך בבידול או אפיון מיוחד

מה שהחל בצירוף פריט לעגלה "על הדרך" הפך למעשה להרגל קבוע בקרב הצרכניות ולאט לאט שמט את הקרקע מתחת לרגליים היציבות של דלתא בקטגוריה

# במקביל, מגמת הנוחות בעולם האופנה הולכת ומתחזקת כשיש יותר דגש על פונקציונליות

אם פעם נהגנו להאמין ש"בשביל להיות יפה צריך לסבול", היום אנחנו לגמרי "הכי יפה כשנוח לך"

# נשים לא מוכנות לסבול יותר בשביל להרגיש יפות ומשנות את המשוואה: נוח = לא סקסי

כשמדובר בהלבשה תחתונה קיים קונפליקט נצחי בין הצורך בנוחות ובין הרצון בגרות אופנתיות וסקסיות  
אך בעולם שמתנה הגיע הזמן לחשוב אחרת.

ההזדמנות

# בדלתא אימצו ממצמן את תפיסת ה- **Innovation** **meets fashion**, שימוש בטכנולוגיה כקטליזטור לאופנה ואיכות כשחדשנות טכנולוגית הינה חוד החנית של החברה

אותה חדשנות מאפשרת לדלתא להפוך את היתרונות הכי חשובים, איכות ונוחות, ליתרונות מותגיים ורגשיים וליצור בידול  
בזירה בה כמעט ואין בידול מעשי

# בנוסף, לדלתא יש הזדמנות לתת מענה לצורך צרכנינו, בנוסף, פרסונליזציה – התאמה אישית לייצר אימפקט רחב יותר ולתת מקום וביטוי לכולן, בכל צבע, גיל, מבנה או צורה.



**הגיע הזמן לשים את האותנטיות במרכז  
ולחגוג את זה שאנחנו נשים אמיתיות ולא  
להסתתר, כי לכל אחת מגיע דגם משלה!**

# מכאן יצאנו למהלך שכלל בשורה חדשה בקטגוריה

תחתוני STRETCH 720 עם בד גמיש במיוחד, נמתח וחוזר לעצמו, מתאים לכל אחת לא משנה מי!.

# ואם כבר בשורה אז שתהיה בולטת.

קראנו לכל הנשים באשר הן לבוא ולחגוג את השונות והייחודיות שלהן ובעיקר את מי שהן

**נותנים ייצוג למגוון הנשי של  
החברה הישראלית**

מתי בפעם האחרונה באמת  
יכולת להזדהות עם הדוגמנית  
שראית בטלוויזיה?

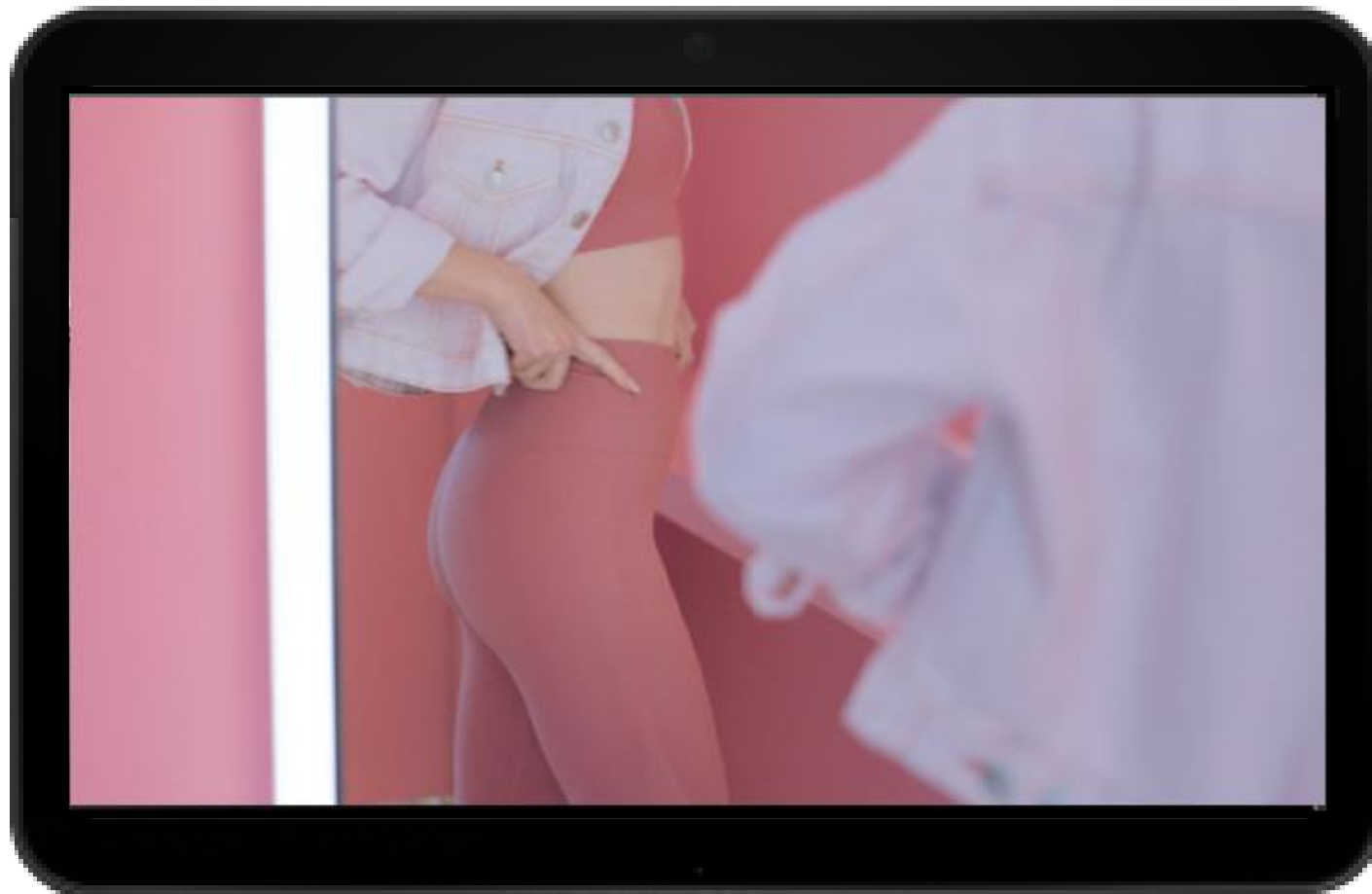
**שמים בקדמת הבמה את  
התועלת הכי מרכזית של המוצר  
שלנו, בלי טריקים מיוחדים**

ללא ניסיונות שווא למשוך תשומת לב אלא  
מתוך הבנה שהמוצר שלנו הוא גיים צ'ינג'ר  
כשלעצמו

**חוגגים את השונות של הנשים  
עם קמפיין המכריז כי  
"מגיע גם לך דגם משלך! לא  
משנה מי את"**

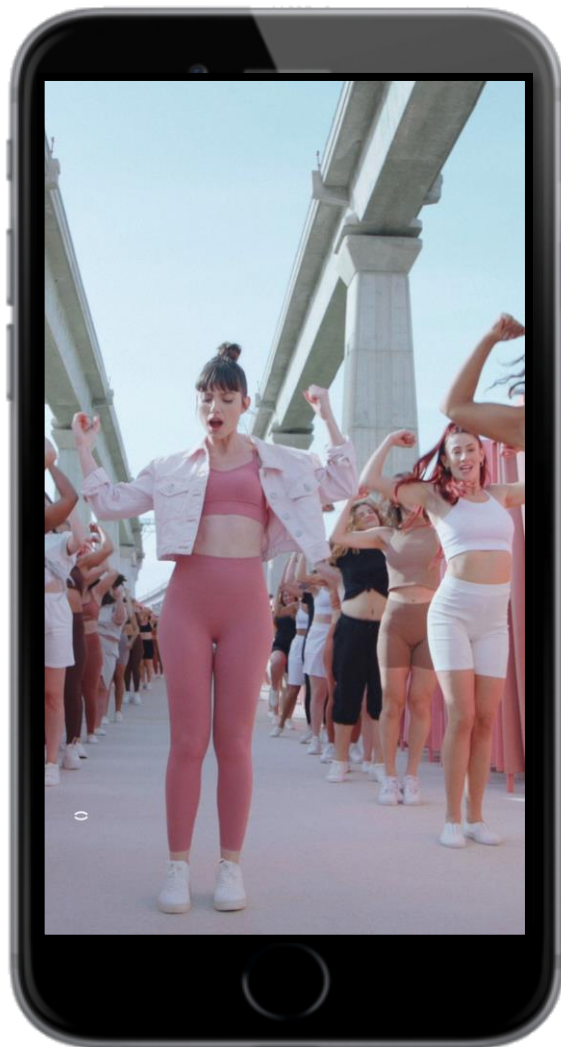
נשים בכל צבע, גיל, גזרה, מגדר או מוצא, לכולן יש מקום בפרויים טיים בטלוויזיה ובמדיות השונות

# לכולן יש מקום על המסך והגיע הזמן שיפסיקו להסתתרה.



לצפייה לחץ על התמונה <<

סרט וידאו | תשתות חברתיות



באנר



סטורי סטטי | תשתות חברתיות



# וההישג הגדול!

**דעת הקהל תומכת במותגים שמציגים גיוון,  
והם מצביעים ברגליים!**

67% שיעור הקנייה המזווחת מדלתא, 68% מהנשאלות ציינו שבפעם הבאה שירצו לקנות תחתונים, דלתא זה המותג הראשון שיפנו אליו, פער של 40% מהמתחרות!

**דלתא מובילה בקטגוריית תחתוני הנשים הן ב- TOP OF MIND והן במודעות הבלתי נעזרת!**

עד הקמפיין הנוכחי, סגמנט התחתונים מדלתא כמעט ולא פורסם, בתוצאות של הקמפיין הנוכחי ראינו שדלתא מובילה בפער של 40% על המתחרות בקטגוריית התחתונים!

## ולבסוף, צמיחה של 32% במכירות!

מקור: רושניק, אפקטיביות קמפיין תחתוני נשים של דלתא