

# איך הכנסנו את הישראלים ל-SOFTY ZONE והבאנו לצמיחה של 30% במכירות

שם החברה: דלתא גליל  
משרד הפרסום: אדלר חומסקי & ורשבסקי  
מוגש בקטגוריית: קמעונאות

הרקע למהלך

2018-2020 | במהלך תקשורת תלת שלבי,

דלתא עושה חינוך שוק כדי לייצר את המשוואה:

דלתא = פיג'מות

# אך בשנים האחרונות, לאור הצלחת דלתא ולאור הרלוונטיות העולה של הפיג'מות, הקטגוריה מתעוררת לחיים

חברות רבות החלו לשים זרקור על קולקציית הפיג'מות שלהן ולקחת חלק במשחק על ליבו וכיסו של הצרכן

# ואם זה לא מספיק, מבצע החיסונים מתחיל בישראל ואנו חוזרים לשגרה וגם הפיג'מה חוזרת לתפקידה המקורי בחיינו

מכוכבת בלתי מעורערת בארון הבגדים, חזרה להיות אורחת ללילה

# אחרי שלקחה בעלות על קטגוריה שהייתה במשך שנים רדומה, כעת המתחרים נושפים בעורפה ועליה לייצר העדפה ובולטות מעל כולם

בשעה שכולם מתחילים להיראות אותו דבר, דלתא מאבדת את הייחודיות שהייתה לה כשחקן מרכזי וראשוני בקטגוריה

ההזדמנות

# לקיחת בעלות על תועלת טכנולוגית ייחודית לדלתא בקטגוריית הפיג'מות

דלתא חרטה על דגלה חדשנות וטכנולוגיה מעל הכל תוך הקפדה על נוחות, פונקציונליות, ועיצוב עדכני. לאחר טרילוגיה מוצלחת אין ספק שכבשה את קטגוריית הפיג'מות והמצב בשוק הוא לא פחות מהזדמנות שיווקית אדירה להגדיל את התנופה ולמקם עצמה מעל כולם כשיש בידיה מוצר עם פיתוח טכנולוגי ייחודי בקטגוריה.

פיג'מת סופטי, כל כך רכה וכל כך נעימה  
שלא תרצו לצאת מחוויית ה- **SOFTY ZONE**

# מכאן יצאנו למהלך רב שלבי

**עולים עם קמפיין תקשורת  
ייחודי מבוסס תובנה צרכנית  
מעורר הזדהות ומניע לקנייה**

ברגע שחצינו את סף הדלת ונכנסנו  
הביתה, מבחינתנו כשהדלת נסגרת,  
העולם שבחוץ נשאר בחוץ

**פונים לקהל מטרה שרוצה  
להרגיש את ההבדל**

בין אם אתה עובד מהבית,  
או רק מחכה לרגע שתגיע

**מייצרים בידול מוצרי**

הכירו את הפיג'מות הכי Softy  
שלנו, בטכנולוגיית רכות  
חדשנית המבוססת על  
שילוב בדים ייחודיים



רצינו לגרום לצרכן להבין, שברגע שילבש את הפיג'מה עם הטכנולוגיה החדשה שלנו הוא

# יכנס לאזור נוחות שלא הכיר.



לצפייה לחץ על התמונה <<

באנר



שילוט



מהלך SWEETWEET ומשפיענים



# והתוצאות דיברו בעד עצמן!

73% שיעור קנייה מדווחת בדלתא  
הגבוה ביותר בשנה האחרונה

מודעות אבסולוטית  
של 96% מהצרכניות  
הנתון הגבוה ביותר מתחילת  
מהלך הפיג'מות!

95% דיווחו שדלתא הוא  
המותג הראשון שקופץ להן  
לראש (TOM) כשהן חושבות  
על פיג'מה!

**ולבסוף, צמיחה של 30% במכירות!**

מקור: סקר אפקטיביות קמפיין פיג'מות Softy, מכון רושניק