

"Μέτρησε" η καμπάνια στις ΗΠΑ Drink Ribera, Drink Spain

Το σχέδιο marketing που προωθείται με την ονομασία Ribera del Duero στις ΗΠΑ, αποδίδει καρπούς. Το ποσοστό των καταναλωτών που γνωρίζουν την ισπανική ονομασία, έχει αυξηθεί στο 23% από την έναρξη της καμπάνιας «Drink Ribera, Drink Spain».

Κατά τη διάρκεια του πρώτου έτους της καμπάνιας, ο αριθμός των Αμερικανών που δηλώνουν ότι γνωρίζουν το συλλογικό εμπορικό σήμα αυξήθηκε κατά 900.000 άτομα. Σύμφωνα με το Wine Intelligence, κατά τους τελευταίους 12 μήνες, ο αριθμός των αμερικανών αγοραστών οίνων από την Ribera del Duero, έχει επίσης αυξηθεί και αντιπροσωπεύει σήμερα το 1,4% των καταναλωτών οίνου στις Ηνωμένες Πολιτείες. Με το πρώτο έτος της διαφημιστικής εκστρατείας, ανακοινώθηκε και η υποψηφιότητα Wine Star Awards, για την περιοχή. Σ' αυτό βοήθησαν η κάλυψη των MME με περισσότερα από πενήντα άρθρα, συμπεριλαμβανομένων των New York Times, της Wall Street Journal και του Wine Spectator. Η εκστρατεία στο Διαδίκτυο μέσω των κοινωνικών δικτύων έχει επίσης σημαντική επίδραση μέσω της ιστοσελίδας του Facebook για την περιοχή, που έχει υψηλή επισκεψιμότητα και 7.500 οπαδούς.