

Lacta aposta em marketing sensorial em campanha



Uma das peças da nova campanha institucional da linha de chocolates Lacta usou o marketing sensorial com o objetivo de reforçar o conceito “Hummmmm”, para mostrar que o chocolate Lacta derrete na boca porque é feito lentamente. Um anúncio de página dupla central nos jornais brasileiros Destak e PubliMetro conteve, em Outubro de 2008, a foto de uma barra de chocolate Lacta com cheirinho de chocolate. A frase “Com este cheirinho de chocolate cremoso que derrete na boca, todo mundo vai querer filar o seu jornal” vem escrita em uma das páginas. A utilização do cheiro na peça reforça a mensagem da campanha e apropria-se de um dos atributos mais valorizados pelos brasileiros na escolha de um chocolate e que ainda não foi explorado pela comunicação da categoria.