ซาคาปาเปิดตัวแคมเปญสร้างสรรค์ระดับโลก "ลิปส์ ทู โซล" เป็นครั้งแรก
สร้างนิยามใหม่ให้กับโลกแห่งเครื่องดื่มสปิริตที่มีดหม่น สู่โลกแห่งความมหัศจรรย์ที่มีชีวิตชีวา

แคมเปญปลุกสัมผัสและสร้างการเชื่อมโยงลึกซึ้งกับผู้บริโภค

นิวยอร์ก, 22 ธันวาคม 2566 /PRNewswire/ -- ท่ามกลางภูมิทัศน์อันเขียวชอุ่มในกัวเตมาลา บ้านเกิดของซาคาปา (Zacapa) เป็นที่ตั้งของโรงบ่มของซาคาปาอย่าง "นิเวศเหนือเมฆ" (House Above the Clouds) ซึ่งตั้งอยู่บนภูเขาสูงเหนือระดับน้ำทะเล 7,500 ฟุต เป็นที่ซึ่งเครื่องดื่มหลายถังบ่มอยู่ภายใต้การดูแลของลอรีนา วาสเกวซ (Lorena Vásquez) หนึ่งในผู้เชี่ยวชาญด้านการผสมเครื่องดื่มหญิงไม่กี่คนในแวดวงสปิริต เมื่อลอรีนาพบว่ารัมบ่มมาจนได้ที่อย่างสมบูรณ์แล้ว เครื่องดื่มในถังที่คัดสรรด้วยมือจะผสมอย่างประณีต ก่อนที่จะเดินทางไปยังมิกซ์โค (Mixco) เพื่อที่จะนำบรรจุใส่ขวดทรงโค้งเว้าอันเป็นเอกลักษณ์ของซาคาปา ห่อหุ้มด้วยแถบเครื่องสานเปตาตี (Petate) ถักทอด้วยมือโดยชุมชนสตรีกว่า 700 คน

ซาคาปาจิบแรกมอบความประทับใจที่ตราตรึง โดยพาคุณออกเดินทางตั้งแต่จากรสชาติแรกเริ่มของเครื่องดื่มแสนอร่อยของเรา สู่ความรู้สึกที่คุณได้สัมผัสขณะค้นพบเรื่องราวและองค์ประกอบที่ซ้อนกันอยู่ ซึ่งรังสรรค์เป็นความงดงามวิจิตรอันน่าทึ่งเช่นนี้ ความรู้สึกแห่งการค้นพบและการยกระดับเช่นนี้เองที่เป็นแรงบันดาลใจให้เกิดแคมเปญสร้างสรรค์ระดับโลกเป็นครั้งแรกของซาคาปา ในชื่อแคมเปญ "ลิปส์ ทู โซล" (Lips to Soul) ซึ่งเชื้อเชิญให้ผู้บริโภคค้นพบโลกแห่งความอบอุ่นและมหัศจรรย์ โลกที่จุดประกายผัสสะและทำให้คุณตกหลุมรักประสบการณ์เครื่องดื่มระดับรางวัลที่ไม่เหมือนอื่นใด อันได้แก่ซาคาปา

แคมเปญ "ลิปส์ ทู โซล" ของซาคาปา เป็นแคมเปญสองภาษา มาในโทนที่ละเอียดอ่อนคุ้นเคย ปลุกเร้า และเต็มไปด้วยชีวิตชีวา สร้างขึ้นเพื่อตอบสนองความปรารถนาในความลุ่มลึกที่ผู้บริโภคคาดหวังจากโลกแห่งความหรูหราลักชูรี บทกวีที่มีจังหวะจะโคนงดงามพาผู้บริโภคเข้าสู่ภาพยนตร์ปลุกเร้าสัมผัสที่ได้รับแรงบันดาลใจจากภูมิทัศน์เขียวชอุ่มราวกับความฝันในกัวเตมาลา ภาพยนตร์ดังกล่าวนี้ถ่ายทอดการบ่มของซาคาปาเหนือหมู่เมฆ และการทำงานหัตถกรรมของช่างถักทอของเรา ซึ่งแสดงให้เห็นการยึดถือความสำคัญของชุมชนเป็นแกนหลักของซาคาปา แคมเปญดังกล่าวนี้สะท้อนความวิเศษอัศจรรย์และประวัติศาสตร์ของรากฐานแบรนด์ซาคาปา โดยถักทอเรื่องราวอันเปี่ยมพลังซึ่งสร้างความเชื่อมโยงลึกซึ้ง และปลดปล่อยความรู้สึกที่งและอัศจรรย์ใจผ่านการค้นพบ

"เราตื่นเต้นที่ได้นำเสนอแคมเปญใหม่ระดับโลกในครั้งนี้ ถือเป็นช่วงเวลาสำคัญอย่างยิ่งสำหรับแบรนด์ของเรา ในขณะที่รัมหรูระดับอัลตราพรีเมียมและลักชูรีขับเคลื่อนการเติบโตแทบจะทั้งหมดในหมวดเดียวกัน[1]" คุณคริสตินา ชอย (Christina Choi) รองประธานอาวุโสของดิอาจิโอ (Diageo) กล่าว "เราต้องการที่จะรองรับความปรารถนาซึ่งความลุ่มลึกของผู้บริโภค และปลุกชีวิตให้กับความเชื่อมโยงทางผัสสะอย่างฉับพลันดังที่ผู้คนรู้สึกเมื่อได้ลิ้มลองซาคาปา เราเชื่อว่าไม่มีความรู้สึกใดจะยิ่งใหญ่ไปกว่าความอัศจรรย์ใจอันเกิดจากประสบการณ์ที่ถ่ายทอดจินตนาการของเราและจุดประกายความรู้สึกมหัศจรรย์ในตัวเรา ซึ่งเป็นสิ่งที่เรามุ่งหวังที่จะบรรลุในแคมเปญลิปส์ ทู โซล"

คุณเนียมห์ เบิร์นส์ (Niamh Burns) หัวหน้าระดับโลกประจำธุรกิจซาคาปาของดิอาจิโอ กล่าวว่า "การเลือกการเกลี่ยสี การใช้แสง และความละเอียดอ่อนทางกวีในตลอดทั้งแนวคิดการสร้างสรรค์ของเราในครั้งนี้ ล้วนบรรจงออกแบบมาเพื่อพาให้ผู้ชมได้ออกเดินทางในเชิงสัมผัส ในการนี้ เรากำลังสร้างนิยามใหม่ให้กับโลกแห่งสปิริตที่มีดหม่น และพาแบรนด์เข้าสู่ความแกร่งกล้าโดดเด่นอย่างทันสมัย ภารกิจของเรามิใช่แค่เพียงการนำเสนอรัมของเราเท่านั้น แต่ยังรวมไปถึงประสบการณ์อันดื่มด่ำที่สอดรับกับกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลายของเราทั่วโลก"

แคมเปญ "ลิปส์ ทู โซล" สร้างสรรค์ขึ้นร่วมกับเอเจนซีโฆษณาสร้างสรรค์ระดับหรูในนิวยอร์กอย่างฟอร์ซมาเจอร์ (forceMAJEURE) โดยได้รับการสนับสนุนจากเดอะ เวล โปรดักชันส์ (The Whale productions) และกำกับโดยผู้สร้างภาพยนตร์ระดับรางวัลอย่างแคโรไลน์ โคนิง (Caroline Koning) แคมเปญนี้จะเผยแพร่ในตลาดต่าง ๆ ทั่วโลก เป็นแคมเปญระดับโลกที่ใหญ่ที่สุดในประวัติศาสตร์ของซาคาปา เสริมทัพด้วยการผสมผสานการทำการตลาดที่แข็งแกร่ง

ผ่านสื่อดิจิทัลที่ตื่นตา ทั้งสื่อนอกบ้าน (OOH) โทรทัศน์ในตลาดบางแห่ง ช่องทางโซเชียลที่มีการจ่ายเงิน (เฟซบุ๊กและอินสตาแกรมเป็นหลัก) การประชาสัมพันธ์ และอีเวนต์

ซาคาปาย้ำเตือนให้ผู้บริโภคอายุ 21 ปีขึ้นไปจิบอย่างมีความรับผิดชอบ ดูข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับซาคาปา รัม (Zacapa Rum) ได้ที่ www.zacaparum.com ติดตามแบรนด์เพื่อรับข่าวสารเกี่ยวกับแคมเปญ "ลิปส์ ทู โซล" ได้ทางเฟซบุ๊กและอินสตาแกรม @zacaparumusa

ซาคาปา เป็นของคุณตลอดกาล

เกี่ยวกับซาคาปา รัม

ซาคาปา รัม (Zacapa Rum) รังสรรค์ขึ้นในกัวเตมาลา เป็นงานศิลป์และการแสดงออกถึงความอดทน ความรุ่มรวย คุณภาพ และการผสมอย่างเชี่ยวชาญ ผู้เชี่ยวชาญด้านการผสมเครื่องดื่มผู้ดำรงตำแหน่งมาสเตอร์เบลนเดอร์ (Master Blender) ของซาคาปา ได้แก่ลอรีนา วาสเกวซ (Lorena Vásquez) ผู้มีประสบการณ์กว่า 39 ปี
เป็นหนึ่งในผู้นำหญิงไม่กี่คนในอุตสาหกรรมนี้ที่ผู้ชายมีบทบาทหลักมานาน ทั้งนี้ ซาคาปา 23 (Zacapa No. 23), ซาคาปา เอดิซิยอน เนกรา (Zacapa Edición Negra) และซาคาปา เอ็กซ์โอ (Zacapa XO) วางจำหน่ายทางร้านสุรา บาร์ และร้านอาหารหรูทั่วโลก ดูข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ www.zacaparum.com

เกี่ยวกับดิอาจิโอ อเมริกาเหนือ

ดิอาจิโอ (Diageo) เป็นผู้นำระดับโลกด้านเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยมีคอลเล็กชันแบรนด์ที่โดดเด่น อย่างเช่น จอห์นนี่ วอล์กเกอร์ (Johnnie Walker), คราวน์ รอยัล (Crown Royal), วิสกี้บูลเล็ท (Bulleit) และบูคานัน (Buchanan), สเมอร์นอฟ (Smirnoff), วอดก้าซีรอค (Cîroc) และเคเทิลวัน (Ketel One), คาซามิกอส (Casamigos), เตกิล่าดีลีออน (DeLeon) และดอน ฮูลิโอ (Don Julio), กัปตันมอร์แกน (Captain Morgan), เบลีย์ส (Baileys), แทนกาเรย์ (Tanqueray) และกินเนสส์ (Guinness)

ดิอาจิโอจดทะเบียนในทั้งตลาดหลักทรัพย์นิวยอร์ก (NYSE: DEO) และตลาดหลักทรัพย์ลอนดอน (LSE: DGE) และวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ใน 180 กว่าประเทศทั่วโลก

ดูข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับดิอาจิโอ บุคลากร แบรนด์
และผลการดำเนินงานได้ที่ www.diageo.com เยี่ยมชมสื่อเกี่ยวกับการดื่มอย่างมีคุณภาพในระดับโลกของดิอาจิโอได้ที่ **www.DRINKiQ.com** เพื่อดูข้อมูล โครงการริเริ่ม และวิธีการเผยแพร่แนวปฏิบัติที่เป็นเลิศ ติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับดิอาจิโอ อเมริกาเหนือ ได้ทางทวิตเตอร์และอินสตาแกรม @Diageo_NA

---

[1] รัมในกลุ่มอัลตราพรีเมียม +17% รัมในกลุ่มลักชูรี +17.8% อัตราการเติบโตต่อปีแบบทบต้น (CAGR) ระยะเวลา 3 ปี | อัตราร้อยละการเติบโตของมูลค่ายอดค่าปลีก (RSV) [ระยะเวลา: กรกฎาคม 2562 - มิถุนายน 2563 ถึงกรกฎาคม 2665 - มิถุนายน 2566]
(ข้อมูลรวบรวมจากนีลเส็น (Nielsen) และสมาคมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอลห์แห่งชาติ (NABCA))

ติดต่อ: ฟิล แพร์สัน (Phil Pearson) อีเมล: Phillip.pearson@diageo.com หรือบีพีซีเอ็ม (BPCM) อีเมล: Zacapa@bpcm.com