

Cafés Baqué reivindica su amplia gama de producto con su nueva campaña "Pon tu Baqué #EnModoTú"

La marca cafetera vasca apuesta por una campaña centrada en la amplia variedad de su catálogo que afianza sus targets de público y busca también la complicidad de los más jóvenes a través de nuevos lenguajes y medios

Baqué, marca líder en el sector del café, hace una apuesta de futuro en su nueva campaña en la que busca reivindicar que cada momento del día o cada situación pueden ir acompañadas de uno de sus productos, mostrando así su amplia variedad que va desde cápsulas compostables hasta CafféLattes para llevar, pasando por cafés Molido de alta gama o café en grano.

"Pon tu Baqué #EnModoTú"

A través de diferentes situaciones, Cafés Baqué busca el momento adecuado para cada uno de los productos que se pueden encontrar tanto en los lineales de los supermercados como en su tienda online: #EnModoGourmet, para quienes buscan los cafés más exigentes, #EnModoTikTok para los formatos más cómodos y juveniles o #EnModoDomingo, para los desayunos hechos a fuego lento.

Por eso, la campaña "Pon tu Baqué #EnModoTú" está centrada en el cliente, es global, cercana y adaptada a los nuevos tiempos, una campaña tan versátil como sus productos y tan amplia como su público.

Una campaña 360°

Esta vez Baqué ha decidido hacer una apuesta por lo digital (sin olvidarse de medios tradicionales como la televisión, la radio, el exterior o la prensa, donde se podrá disfrutar de parte de la campaña). En su camino hacia lo digital traslada a sus perfiles sociales un sinfín de acciones creadas específicamente para que nuevos públicos se acerquen y se sientan identificados con la marca cafetera.

Stickers, filtros, challenges en TikTok, diferentes sorteos con una amplia variedad de premios (desde un año de café gratis hasta robots de cocina o cafeteras superautomáticas) o experiencias gourmet con el objetivo de incrementar la comunidad y la afiliación de las nuevas generaciones con Baqué.

Un viaje desde lo tradicional a lo digital

Desde principios del siglo XX, cuando la empresa comienza en Iurreta (Bizkaia) hasta hoy, han cambiado muchas cosas. Sin embargo, el carácter cercano y personal (herencia de una empresa con origen familiar) se ha mantenido intacto. Este ADN se ha seguido demostrando durante los últimos meses en la marca, acercándose a los nuevos públicos y lenguajes.

En los últimos meses Cafés Baqué ha crecido también en plataformas como TikTok o Spotify, entre otras donde se generan nuevas formas de relacionarse con los clientes como los podcast o los

challenges que generan una nueva forma de conversar a través de los contenidos, más allá del café.

Siguiente parada: el día a día

Y ahora buscan dar un paso más. En Baqué no se conforman sólo con lo tradicional ni lo digital, también quieren ser parte de lo vital. Quieren ser parte de los días de cada uno, de todos los momentos y de todas las situaciones. ¿Cómo? Acompañando y apoyando a cada persona en su camino hacia su libertad.

Con todo esto, sobran las razones para creer que esta nueva campaña de Cafés Baqué tiene motivos y argumentos suficientes como para ser una de esas campañas que dejan huella. O en la que, por lo menos el público se va a ver reflejada.

Se puede conocer todas las acciones de Cafés Baqué en la página de la promoción aquí (<https://linkr.bio/cafesbaque>)

Datos de contacto:

Lorena Taibo
Responsable de Marketing de Cafés Baqué
673230647

Nota de prensa publicada en: [Bilbao](#)

Categorías: [Gastronomía](#) [Marketing](#) [Restauración](#) [Consumo](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>