

Terry sigue apostando por su combinación con café con campañas en radio y digital

Terry Centenario y Terry 1900 son los protagonistas de esta apuesta por los medios convencionales y digitales. Un nuevo look and feel de su web unifica el estilo de la marca dándole un aire renovado

Terry vuelve a situar el café en el centro de su campaña, enfocando su plan de medios en radio, un soporte masivo y con un target muy afín a la marca, todo ello de la mano de Padre Group.

El concepto de marca “Sólo con Terry. Dale chispa a tu café” se presenta ahora en un nuevo entorno que une los dos productos de la marca, Terry Centenario y Terry 1900, ambos perfectos para combinar con café.

Esta estrategia omnicanal pretende seguir acercando a Terry a su consumidor habitual y seguir construyendo en su forma de consumo más habitual, combinado con café.

Para ello uno de los medios elegidos para la campaña ha sido radio, que cuenta con millones de oyentes, donde Terry ha estado presente durante un mes con menciones en diferentes programas y con cuñas en otros momentos del día.

El plan de comunicación incluye la renovación de su ecosistema digital con un rediseño de su web y una nueva estrategia de social media. Además cuenta con una estrategia de medios digitales que combina publicidad nativa, campañas display y branded content junto con activación geolocalizada, generando tráfico de consumidores desde canales digitales al punto de venta físico.

Ángel Piña, Global Chief Commercial & Marketing Officer de Emperador Distillers en España comenta “Con esta campaña nos gustaría lograr que Terry sea percibido como una marca contemporánea, versátil y de calidad. Expandir la marca a nuevas ocasiones de consumo y atraer nuevos consumidores a la vez que se mantienen los actuales”.

Sobre Terry

A día de hoy Terry goza de reconocido prestigio tanto dentro como fuera de nuestras fronteras. Terry Centenario es líder en el mercado dentro de su categoría; y Terry 1900 es un Brandy Solera Reserva de gran calidad. La característica malla que recubre las botellas y el caballo de Terry, símbolo del caballo cartujano, forman parte del alma de la marca. La versatilidad de Terry a la hora de combinarlo con cafés especiales, cócteles o combinados lo convierten en una marca única e imprescindible en todos los hogares.

Más información en: <https://www.terry.es/productos/>

Datos de contacto:

María Alayón

Padre Group

646005769

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

Categorías: [Nacional](#) [Gastronomía](#) [Comunicación](#) [Marketing](#) [Madrid](#) [Andalucía](#) [Restauración](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>