



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY  
DROGERIE, KOSMETIKA



POPAI  
AWARDS



## SHOP-IN-SHOP SENSODYNE NOURISH

- Zadavatel:** GlaxoSmithKline, s.r.o.  
**Příhlašovatel:** Dago s.r.o.  
**Autor:** Dago Team  
**Materiály:** plast, karton, ostatní (reálné prvky)  
**Použití:** hypermarkety Albert

30

Originálně jednoduchým vystavením společnost GlaxoSmithKline, s.r.o. uvedlo na trh novou řadu zubních past Sensodyne Nourish. Cílem tohoto shop-in-shopu je oslovit mladší generaci jak prostřednictvím hravého vyobrazení modelu zubu i produktu samotného, tak věcnou a jasnou komunikací všech klíčových benefitů. Na motivu kruhu, který vystavení lemuje, se nachází jednoduchá komunikace v kostce sdělující vše důležité. Pro mladou generaci je totiž důležité nejen jejich zdraví, ale i čas. Zdlouhavé zkoumání benefitů produktu tak není na pořadu dne. V souladu s hodnotami a smýšlením této cílové skupiny potěší zejména fakt, že jak krabička, tak i tuba a víčko jsou z recyklovatelného materiálu a samotná pasta je veganská. Jak napovídají zobrazené zelené elementy rostlin, nyní ji lze pořídit ve dvou nevěšedních, překvapivých příchutích: aloe vera a citronová tráva. Sensodyne Nourish je nejen kvalitní a moderní produkt, ale je také ohleduplný k životnímu prostředí. Jak produkt, tak i jeho způsob vystavení má prostě ten správný tah na branku.