



abasto



SEE WHAT'S NEXT
IN FLORAL.

pma
FRESH SUMMIT
CONVENTION + EXPO

OCTOBER 18-20, 2018
ORLANDO, FLORIDA USA

REGISTER NOW



REGRESA ESTE VERANO: STRONGBOW VUELVE A PRESENTAR SU ORIGINAL DRY CIDER

Abasto junio 25, 2018 Noticias Deje un Comentario

Este verano, Strongbow Hard Ciders, la marca de sidra líder en el mundo, trae de vuelta por demanda popular la reconocida Original Dry.

En más de 160 mil menciones en las redes sociales desde que fue descontinuada, más de 100 mil de nuestros leales consumidores han estado pidiendo el regreso del sabor original, una sidra seca hecha con una mezcla de manzanas culinarias agridulces para un sabor crujiente y menos dulce.



Al igual que todos los productos Strongbow, la Original Dry no contiene sabores ni colores artificiales y tiene un 5% de ABV. Está disponible a nivel nacional desde el mes de junio de 2018, en latas individuales de 16.9 oz y en latas de 4 envases de 16.9 onzas.

"Estamos volviendo a traer la sidra dura, menos dulce y original que tantos consumidores devotos de Strongbow han estado pidiendo", dijo Jessica Robinson, Vicepresidenta de Marcas de Portafolio en Heineken USA. "Los fabricantes de Strongbow tienen más de 125 años de herencia de fabricación de sidra en el Reino Unido, y la marca es la número uno de sidra seca de Inglaterra. Estamos

devolviendo este sabor a EEUU para ofrecer a nuestros consumidores que la han estado pidiendo, el sabor más seco, crujiente y refrescante de Strongbow".

Strongbow presenta la sidra Rosé Apple inspirada en el vino rosado

Strongbow también está aprovechando el creciente crecimiento de bebidas en latas. "El servicio individual de sidra subió más del 10% y en latas de sidra subió más del 22.2%", agregó Robinson.

"Continuaremos aprovechando este crecimiento con la lata Original Dry de 16.9 oz y brindaremos a nuestros consumidores la sidra auténtica que desean en el envase que prefieran", dijo Robinson.

Las latas Strongbow Original Dry de 16.9 oz estarán disponibles primero en las tiendas locales a partir de junio para satisfacer las necesidades de los consumidores que buscan nuevos sabores y experiencias atractivas. La expansión a sitios fuera de los locales será pronto. El lanzamiento contará con el respaldo de un programa de visibilidad total con elementos POS nuevos e impactantes. Un plan de marketing de 360 grados creará conciencia a través de un compromiso digital, social y de relaciones públicas altamente enfocado y centrado específicamente en los fanáticos de Strongbow.



ACERCA DE ABASTO

Abasto is the only print and digital trade publication in the U.S that caters to the Hispanic food and beverage decision maker. Our 50K+ readers are responsible for wholesale purchasing decisions



<< Anterior
La Evolución del Show de
IDDBA

Siguiente >>
¿Kraft Heinz le pondrá salsa de
tomate a la sopa Campbell?

ARTÍCULOS RELACIONADOS



RETIRO DE CARNE MOLIDA AFECTA A LOS MINORISTAS NACIONALES

🕒 20 horas atrás



KEURIG DR. PEPPER COMPRA FABRICANTE DE AGUA CORE NUTRITION

🕒 4 días atrás



PRODUCT RECALL

LA FDA DIVULGARÁ NOMBRES DE TIENDAS EN CASOS DE RETIROS DE ALIMENTOS

🕒 5 días atrás

DEJA UN COMENTARIO

Lo siento, debes estar [conectado](#) para publicar un comentario.

RECIBA NOTICIAS DIARIAS!

Suscribir

powered by [MailMunch](#)

SHOWCASE



SOCIAL



ÚLTIMA EDICIÓN IMPRESA



PRÓXIMOS EVENTOS

01

OCT

AMERICAS FOOD AND BEVERAGE

📍 Miami Beach Convention Center, 1901 Convention Center Dr, Miami Beach, FL 33139

07

OCT

NATIONAL ASSOCIATION OF CONVENIENCE STORES (NACS SHOW)

📍 Las Vegas Convention Center, 3150 Paradise Rd, Las Vegas, NV 89109

19

OCT

PMA FRESH SUMMIT CONVENTION & EXPO

📍 Orlando, FL



© Derechos de Autor 2018, Hispanic Marketing Consultants. Todos los Derechos Reservados.