

Noi dimensiuni ale brandului aqua unIQa



De acum încolo, fiecare dintre noi poate consuma apă potabilă cu conținut redus de minerale (fără săruri). Inovația a fost realizată de brandul cu cea mai mare notorietate pe piața apelor minerale din Republica Moldova: aqua unIQa. Producătorii au extins dimensiunile brandului, oferind consumatorului un nou tip de produs – apă potabilă cu conținut redus de minerale (fără săruri) aqua unIQa Light.

Produsul este destinat, exclusiv, consumului zilnic. “Prin aqua unIQa Light, încercăm să educăm consumatorului autohton o cultură sănătoasă de consum al apei potabile fără săruri. Cunoaștem tradițiile europene, de aceea am decis să oferim și cetățenilor țării noastre un produs Light care poate fi consumat zilnic pentru a relaxa organismul. Gustul palpitant al apei, sortimentul în care este livrat pe piață și comoditatea de consum o face să fie agreată de consumator și-i conferă o imagine notorie și credibilă” spune managerul pentru Calitate al companiei Gelibert, Andrei Sârbu.

Mai anunțăm că Aqua unIQa a mai introdus pe piață o inovație – apă potabilă cu conținut de suc de lămâie și zahăr: aqua unIQa Lemon. “Mărturisesc că am importat inovația și ideea de pe piețele externe care consumă în perioada caniculară băuturi îmbogățite cu gust de lămâie. Punem mari speranțe în consumatorul nostru și credem că va ști să beneficieze de acest produs și-i va agreea gustul palpitant potolindu-și setea” a continuat Andrei Sârbu.

Odată cu aceste noi extinderi ale dimensiunilor brandului aqua unIQa (1. Apă potabilă îmbogățită cu iod aqua unIQa (I2), 2. Apă potabilă cu conținut redus de minerale (fără săruri) și 3. apă potabilă cu conținut de suc de lămâie – aqua unIQa Lemon), volumul vânzărilor s-a majorat cu peste 240%, și, dincolo de recesiune, brand managerii companiei producătoare au mai extins, astfel, cota brandului aqua unIQa pe piață cu încă 3% ajungând să dețină deja 22% din totalul apelor minerale prezente pe piața moldovenească.

Nicorici Ion, managerul Departamentului de Marketing susține că “aqua unIQa este consumată în instituțiile academice, în noile clustere industriale din zonele economice libere, în noile trusturi Media, în cluburile de fotbal de elită, în case de copii și orfeline, în instituțiile publice de stat, în oficii, școli și licee, în familii care știu să ducă un mod sănătos de viață. Noi credem în consumatorul autohton și ne bucurăm mult că și-a format deja cultura de consum corect de ape potabile fără săruri”

Inovația poate fi deja achiziționată în fiecare punct comercial din preajmă în dependență de gust (carbogazoasă, slab carbogazoasă și plată) și în sortiment de volum (1.5l, 2l, 6l și 19l).

Producătorii ne asigură că vor mai lansa surprize pe piața apelor de consum și că vor face aproape imposibilul ca consumatorul autohton să fie împlinit și mulțumit de produsele pe care le consumă.

De asemenea, e important să menționăm că brandul aqua unIQa are deja tradiții de calitate și până acum creat doar valori pentru consumatori.