

Imagen

Pan viajero

Una rebanada que viaja como recuerdo y conecta con la nostalgia

- RESTAURACIÓN Y FOOD SERVICE -

FINANCIA:



COORDINA:



RESUMEN EJECUTIVO

La marca neozelandesa Vogel's lanzó en 2025 su campaña Toastcards, postales que contienen rebanadas reales de su nuevo pan Very Thin.

Diseñadas para caber dentro del límite de grosor del correo internacional, estas tarjetas se enviaron a expatriados en Londres, combinando humor, nostalgia y producto en una experiencia única de marketing.

Fuente



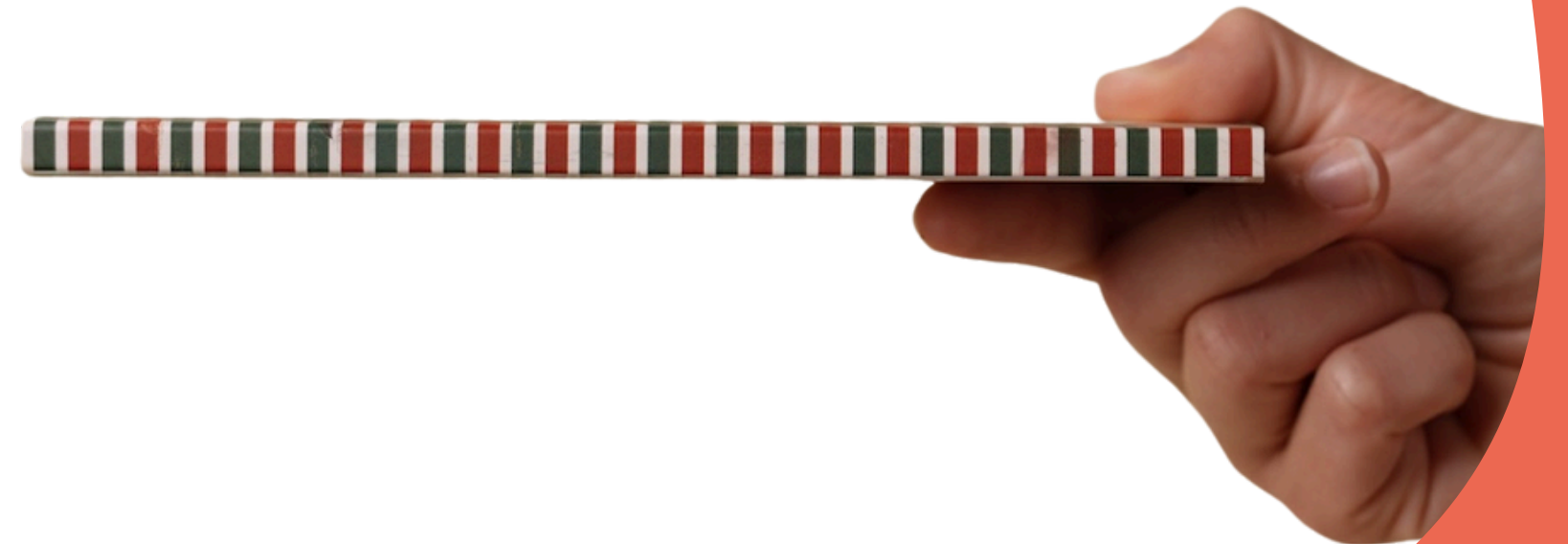
Imagen

CONTEXTO

En un mercado saturado de panes y snacks, la diferenciación no siempre viene de la receta.

Vogel's entendió que su fortaleza está en la conexión emocional de los neozelandeses con la marca.

Aprovechó el lanzamiento de un pan más delgado para crear una campaña que cruza fronteras físicas y emocionales, llevando literalmente el sabor de casa al extranjero.



Imagen

TENDENCIAS RELACIONADAS



Marketing sensorial

Experiencias que apelan no solo a la vista, sino también al gusto y al tacto.



Packaging disruptivo

Envases que sorprenden y generan conversación



Nostalgia como valor

Productos que evocan identidad cultural y pertenencia.



Creatividad logística

Aprovechar reglas y límites (como el grosor del correo) como oportunidad de innovación.

¿POR QUÉ AHORA?

- **Mercados globalizados:** más migrantes y expatriados con fuerte vínculo emocional a su país de origen.
- **Marketing saturado en digital:** necesidad de propuestas tangibles y memorables.
- **Búsqueda de diferenciación:** categorías tradicionales como el pan necesitan narrativas frescas.
- **Auge del storytelling cultural:** marcas que celebran sus raíces ganan relevancia y autenticidad.



OPORTUNIDADES



Productos como mensaje

Diseñar productos que no solo alimenten, por ejemplo, si no que también comuniquen y conecten.



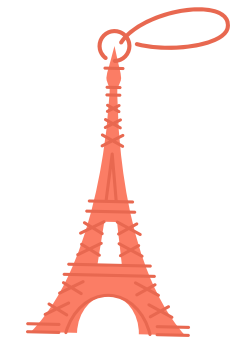
Experiencias para mantener el vínculo

Apelar a la diáspora y al orgullo nacional para crear experiencias que mantengan vivo el vínculo



Buscar efecto viral

Generar propuestas inesperadas que inviten a compartirlas



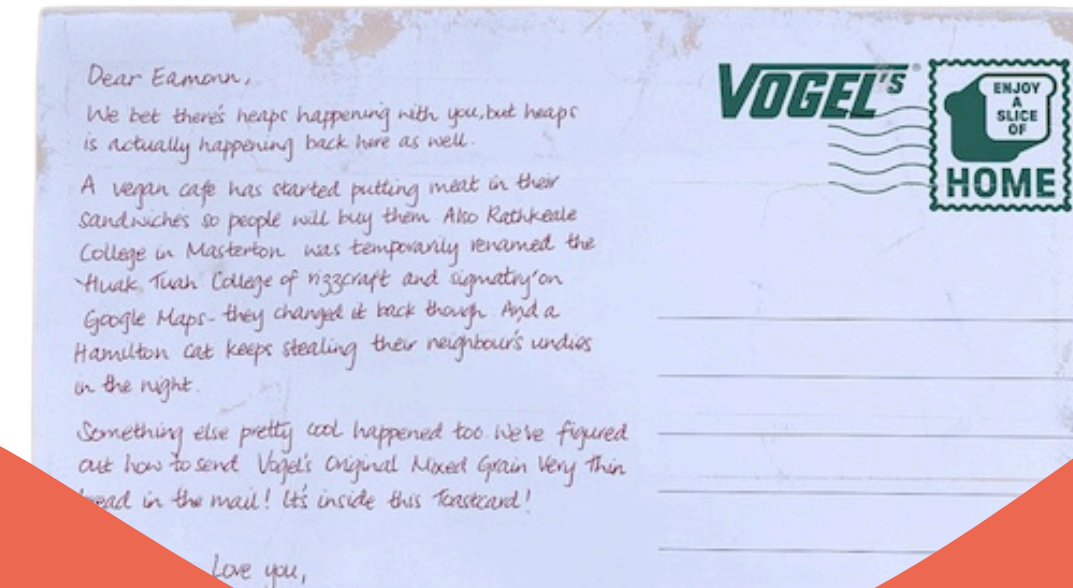
Intersección entre producto y souvenir

Explorar la intersección con objetos que sean consumo y recuerdo a la vez

CONCLUSIONES

Las Toastcards de Vogel's muestran cómo un producto cotidiano puede convertirse en un símbolo cultural y una pieza de comunicación inesperada.

El marketing del futuro no solo vende atributos, sino que genera momentos memorables que se comparten, viajan y conectan con la identidad colectiva. En tiempos de exceso de estímulos digitales, una rebanada de pan puede ser la postal más poderosa.



Imagen



Cooperar para innovar y transformar

www.sommos-connecta.com

FINANCIA

COORDINA