

Dalda Re-launch in India



The Situation

Dalda has defined the classic Indian kitchen for decades and has been associated with hospitality and tasty indulgences for the last 75 years. Dalda had become synonymous with Vanaspati for decades in India. The company had attempted re-introducing the brand as an edible oil in 2006 & 2009. However, it was unable to initiate a shift resulting in the brand witnessing an unsuccessful re-launch. The challenge was to change the media and consumer mindset of Dalda being unhealthy Vanaspati to Dalda Edible Oils as a tasty yet healthier option.

The Idea

The strategy focused on building top of mind recall for Dalda Edible Oils. A consumer research study was performed to understand the brand perception and identify the key target markets for the brand. This strategy led to overwhelming results as it was implemented keeping in mind that Dalda is a brand for the masses and focused on creating city wide awareness of the edible oil category instead of a single big bang launch.

The Result

- Succeeded in changing the consumer's perception and Dalda was voted as the No 1 brand in edible oil in 2013 as per an A. C Nielsen report for Brand Equity - Economic Times
- The overall media impact of this activity was close to \$ 8.5M and PR Value of \$17 M

Exclusive | Dalda revamped; Sagar Boke reveals the rationale

Dalda has been one of the most iconic brands of Indian kitchens. Associated with taste and purity, the brand recently revamped its cooking oil range in the Indian market with an all new look. Celebrating 75 years of existence, Dalda as a brand enjoys a vast loyal consumer base in India. It was acquired by Bunge India Private Limited from Unilever in the year 2003

खालडा ने उदातर बाजार में नया उदाहरण

खालडा, एक नए दिग्दर्शन के साथ, भारत में अपने कोशिशकर्ताओं को प्रेरित करने के लिए एक नए उदाहरण के रूप में उभरा है। यह नए दिग्दर्शन के साथ, भारत में अपने कोशिशकर्ताओं को प्रेरित करने के लिए एक नए उदाहरण के रूप में उभरा है। यह नए दिग्दर्शन के साथ, भारत में अपने कोशिशकर्ताओं को प्रेरित करने के लिए एक नए उदाहरण के रूप में उभरा है।

Exclusive | Dalda revamped; Sagar Boke reveals the rationale

Exclusive | Comedy need not be a niche, it's a subject: Comedy Central's Pall

BCLL names Sunil Lulla as Prez Corp Dev

Danika Bhargava elevates Raja Jitendra Charamanda As its Head Sales Heads

ESPI launches digital shops

भारतमित्र

खालडा खाद्य तेल अब नए अवतार में सफल

खालडा खाद्य तेल अब नए अवतार में सफल है। यह नए दिग्दर्शन के साथ, भारत में अपने कोशिशकर्ताओं को प्रेरित करने के लिए एक नए उदाहरण के रूप में उभरा है। यह नए दिग्दर्शन के साथ, भारत में अपने कोशिशकर्ताओं को प्रेरित करने के लिए एक नए उदाहरण के रूप में उभरा है।

खालडा कुकिंग ऑयल नए अवतार में

खालडा कुकिंग ऑयल नए अवतार में है। यह नए दिग्दर्शन के साथ, भारत में अपने कोशिशकर्ताओं को प्रेरित करने के लिए एक नए उदाहरण के रूप में उभरा है। यह नए दिग्दर्शन के साथ, भारत में अपने कोशिशकर्ताओं को प्रेरित करने के लिए एक नए उदाहरण के रूप में उभरा है।

खालडा खाद्य तेलों में नंबर वन ब्रांड बना

खालडा खाद्य तेलों में नंबर वन ब्रांड बना है। यह नए दिग्दर्शन के साथ, भारत में अपने कोशिशकर्ताओं को प्रेरित करने के लिए एक नए उदाहरण के रूप में उभरा है। यह नए दिग्दर्शन के साथ, भारत में अपने कोशिशकर्ताओं को प्रेरित करने के लिए एक नए उदाहरण के रूप में उभरा है।

खालडा ने खाद्य तेल को किया रिलांच

खालडा ने खाद्य तेल को किया रिलांच है। यह नए दिग्दर्शन के साथ, भारत में अपने कोशिशकर्ताओं को प्रेरित करने के लिए एक नए उदाहरण के रूप में उभरा है। यह नए दिग्दर्शन के साथ, भारत में अपने कोशिशकर्ताओं को प्रेरित करने के लिए एक नए उदाहरण के रूप में उभरा है।

खालडा ने खाद्य तेल को किया रिलांच

खालडा ने खाद्य तेल को किया रिलांच है। यह नए दिग्दर्शन के साथ, भारत में अपने कोशिशकर्ताओं को प्रेरित करने के लिए एक नए उदाहरण के रूप में उभरा है। यह नए दिग्दर्शन के साथ, भारत में अपने कोशिशकर्ताओं को प्रेरित करने के लिए एक नए उदाहरण के रूप में उभरा है।

Dalda Ranked the No. 1 Edible Oil in 2013

Patna : Dalda, India's most iconic brand, associated with taste and purity was today announced as the No. 1 brand in edible oil in 2013 as per the A.C. Nielsen report - "Most Trusted Brands of the Year." The Most Trusted Brands survey is annually conducted across the country. Brands were evaluated on parameters such as quality, value for money, recommendation, and consumer connect. The study was conducted with 7200 respondents across the length and the breadth of the country.