

คนตรี และเห็นถึงท่าทางที่มีเมตตาของคนที่ขับ
รถม้าและม้าที่อยู่ปรากฏในโฆษณาเท่านั้น

"เขาแค่ผ่านคืนที่ยากลำบากและแสนยิ่งใหญ่ และคุณสามารถไปในที่ที่คุณปรารถนาได้ หลังจากดื่มไวตามินวอเตอร์"

โฆษณานี้ไวตามินวอเตอร์พยายามสร้างไอเดี่ยว่า เป็นสิ่งที่คิดที่จะเติมเต็มของเหลวและสารอาหารในร่างกายของเรา อย่างไรก็ตามสังเกตได้ว่าบรรคร้านค้าปลีกที่จับกลุ่มแมสทั่วไป บางครั้งมักจะจัดเรียงน้ำดื่มที่มีส่วนผสมของไวตามินและสารอาหาร และสปอร์ตดริงก์อยู่ข้าง ๆ เจลล้างมือฆ่าเชื้อและปรอทวัดความร้อนในช่วงที่เป็นฤดูแพร่ระบาดของหวัด ขณะที่ร้านสะดวกซื้อมักจะวางขวดสปอร์ตดริงก์อยู่ ข้าง ๆ เบียร์

นักวิจัยด้านแอลกอฮอล์ "จอห์น บริค" ระบุว่า มีข้อมูลทางวิทยาศาสตร์สนับสนุนไอเดี่ยที่ว่า เครื่องดื่มอย่าง "ไวตามินวอเตอร์" สามารถช่วยอาการเมาค้างอย่างอาการคลื่นเหียน วิงเวียน อ่อนแรง และอาการปวดหัวได้ ขณะที่ "คาร์สัน" ชี้ว่า โฆษณาวิตามินวอเตอร์นั้นมีการตรวจสอบโดยนักวิทยาศาสตร์ของโค้ก และแผนกกฎหมายของบริษัทเป็นที่เรียบร้อย

ในแง่ของแผนการตลาด การส่งแคมเปญของไวตามินวอเตอร์ชุดใหม่ออกมานี้เป็นเสมือนการต่อยอดแบรนด์ ซึ่งก่อนหน้านี้หลายคนคงจำได้ดีกับสปอคโฆษณาที่นำเรปเปอร์ชื่อดัง "50 ฟิฟตี้เซ็นต์" มาเป็นพรีเซ็นเตอร์ ซึ่งเขายังลงทุนและเป็นที่มาของการพัฒนาสูตร "ฟอร์มูล่า 50" หนึ่งในสูตรของไวตามินวอเตอร์อีกด้วย

"คาร์สัน" ชี้ว่า โฆษณาชุดใหม่นี้มีจุด

ประสงค์ที่จะใช้ภาพและเสียงที่คุ้นหู และใช้ภาษาที่ไม่เป็นทางการบนตัวขวด

แคมเปญดังกล่าวรวมถึงโฆษณาโทรทัศน์, ช่องทางออนไลน์ และบิลบอร์ด ซึ่งโค้กไม่ได้บอกถึงงบประมาณที่ใช้สำหรับแคมเปญนี้ แต่ระบุว่า เป็นการขับเคลื่อนครั้งสำคัญของโค้ก โดยบริษัทใช้เงินมากกว่า 60 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ตลอดปี 2551 และ 2552 เพื่อโปรโมทแบรนด์ไวตามินวอเตอร์ ทั้งนี้การออกโฆษณานี้ไม่ถือเป็นความเคลื่อนไหวครั้งแรกสำหรับไวตามินวอเตอร์กับสูตรแก้อาการเมาค้าง เพราะตั้งแต่ปีก่อนแผนกไวตามินวอเตอร์ในแคนาดาได้ส่งสินค้าตัวอย่างไปให้กับบรรดาบล็อกเกอร์ชื่อดังได้ทดลองดื่ม และเพื่อสำรวจพฤติกรรมจากนักดื่มทั้งหลาย

ทางฝั่งคู่แข่ง โฆษกของเกเตอเรดจากค่าย "เป๊ปซี่-โค" เครื่องดื่มที่โคกเค้นในไลน์สปอร์ตดริงก์ ชี้ว่า เกเตอเรดไม่โฆษณาตัวเองว่าเป็นเครื่องดื่มที่สามารถรักษาโรค หรือความป่วยไข้ได้ แต่จะโฟกัสที่นักกีฬาและผู้ออกกำลังกายที่ต้องการเติมพลังงานเท่านั้น