

समाचार वाणी

खबर जो करें असर !

नाशिक | Thursday, 24 September 2026

Tanishq ने अनन्या पांडे के साथ लॉन्च किया Festival of Diamonds कैपेन

Publisher

Published on 12 Jan 2026



भारत की प्रमुख आभूषण कंपनी **Tanishq** ने बॉलीवुड अभिनेत्री **अनन्या पांडे** को अपने नवीनतम “**Festival of Diamonds**” अभियान का ब्रांड फेस नियुक्त किया है। इस अभियान का लक्ष्य हीरों (डायमंड्स) को सिर्फ खास मौकों के लिए सीमित नहीं रखना है, बल्कि हर रोज़ की शैली और आत्म-अभिव्यक्ति का एक हिस्सा बनाना है।

हीरे अब “हर दिन” के लिए

परंपरागत रूप से भारत में हीरों को शादी, सालगिरह या किसी बड़े उत्सव तक सीमित माना जाता रहा है, लेकिन बदलते उपभोक्ता व्यवहार और युवा खरीदारों की पसंद के साथ यह परंपरा भी बदल रही है। आज के उपभोक्ता हीरे को **स्टाइल और आत्म-अभिव्यक्ति का हिस्सा** मानते हैं, न कि सिर्फ महत्वपूर्ण अवसरों तक सीमित चीज़।

Tanishq की मार्केटिंग प्रमुख **पेलिक तशेरिंग** के अनुसार, आज के ग्राहक ऐसे गहनों की ओर आकर्षित हो रहे हैं जो **हर रोज़ पहने जा सके**, लेयर किए जा सकें और व्यक्तिगत स्टाइल को उभार सकें।

कैपेन का संदेश : “Give Wings to the Girl Within”

इस साल के **Festival of Diamonds** अभियान का मुख्य संदेश “**Give wings to the girl within**” रखा गया है। विज्ञापन फिल्म में अनन्या पांडे को एक छोटी लड़की की तरह आनंद लेते हुए दिखाया गया है, जो हीरे पहनकर खुश होती है। बाद में वह वही लड़की आधुनिक रूप में प्रस्तुत होती है, जो आज के महिला उपभोक्ता की स्वतंत्र, आत्म-विश्वासी अभिव्यक्ति को दर्शाती है।

यह कथा यह संदेश देती है कि **हीरे सिर्फ खास मौकों के लिए नहीं**, बल्कि हर दिन पहने जाने वाले खूबसूरत, सहज और आत्म-अभिव्यक्ति के गहनों के रूप में भी अपनाए जा सकते हैं।

10,000+ डिज़ाइनों का विशाल संग्रह और ऑफ़र

Tanishq के **Festival of Diamonds** के तहत **10,000 से अधिक प्राकृतिक हीरे के डिज़ाइन** पेश किए जा रहे हैं, जिनमें स्टड्स, होप्स, रिंग्स, कंगन, ब्रेसलेट और नेकलेस शामिल हैं। इन डिजाइनों की शुरुआती कीमतें लगभग **₹10,000 से** शुरू होती हैं और ग्राहकों को **हीरे के मूल्य पर 20% की फ्लैट छूट** भी दी जा रही है।

ब्रांड के नए युग का संदेश

Tanishq ने इस अभियान में स्पष्ट रूप से यह संकेत दिया है कि आधुनिक उपभोक्ता **स्टाइल, आत्म-अभिव्यक्ति और खुशियों को फैलाने वाले गहनों की तलाश में है**। कंपनी डिजिटल और पारंपरिक दोनों माध्यमों में अपनी मार्केटिंग रणनीति को संतुलित रूप से उपयोग कर रही है, डिजिटल प्लेटफॉर्म पर जुड़ाव और कहानी-निगम को बढ़ावा दे रही है, जबकि ऑफ़लाइन शोरूम में ग्राहक अनुभव को भी महत्वपूर्ण रखा गया है।

अनन्या पांडे का कहना है कि यह सहयोग उनके लिए **गहरा व्यक्तिगत अनुभव** है, क्योंकि यह अभियान महिलाओं को **स्वयं को व्यक्त करने और आत्म-विश्वास के साथ जीने** के लिए प्रेरित करता है।

DISCLAIMER: the views/contents expressed/presented herein, within this advertorial and promotional feature are the sole and exclusive responsibility of individual clients/expert/their authorised representative/Publisher, to which effect, publication house/its representative/affiliates are not responsible/liable whatsoever.