



INTEGROVANÁ IN-STORE ŘEŠENÍ INTEGROVANÉ IN-STORE KAMPANĚ



POPAI
AWARDS



COSTA COFFEE: KAVÁRNA V JEDINÉ KAPSLI

78

Zadavatel: Coca-Cola HBC Česko a Slovensko, s.r.o.

Příhlašovatel: up brand activation, s. r. o.

Autor: tým up brand activation

Cíl a pozadí projektu: V druhém pololetí roku 2020 přibyla do portfolia Coca-Coly káva Costa Coffee. Samotná značka v Česku nebyla novinkou, spotřebitelé ji často znali z flagship kaváren. Nově vzniklou otázkou však bylo, jak rozšířit její konzumaci i do dalších kanálů, zejména kanceláří a domácností.

Strategické řešení: Bylo zřejmé, že ukázat nově rozšířenou dostupnost Costa Coffee lze pouze na místech, kde jsou zákazníci a kde mohou pít kávu. Naším cílem však nebylo dát jim pouze ochutnat. Chtěli jsme ukázat, že připravit si Costa Coffee znamená ponořit se do chuti vynikající kávy, která vás jedinou kapslí rázem přenesle do typické italské kavárny i doma nebo v kanceláři. Přesvědčit chutí, vůní – a následně vybudovat k nákupu. Museli jsme tedy zvolit nástroj, jenž umožní servírovat kávu v dokonalé kvalitě, zprostředkuje autentický italského ducha, který již více než čtyřicet let k Costa Coffee neodmyslitelně patří a bude odrazovým můstkem k nákupu na doma či do práce.

Kreativní řešení: Když nemůžete do kavárny vy, doneste si kavárnu domů. S touto myšlenkou padla volba řešení na typické italské vozítko Piaggio, použitelné pro ochutnávku i podporu prodeje. Kampaň jsme rozprostřeli do retailu, přes HoReCa až k e-commerce. Shánění, přetváření vozidla na pojízdný kavárenský koutek a získání všech razítek byla fuška, ale o pár týdnů později již stála na ulici miniaturní italská kavárna se vším všudy. Se skvělou pákovou mašinou, cedulemi s ručně psaným menu, prvotřídním baristou, ale hlavně s vůní Mocha Italia, kávové směsi typické pro Costa Coffee. Její kompaktní rozměry pak umožňovaly překvapit zákazníky nabídkou skvělé kávy úplně všude: od samotného in-store, až po skutečně netradiční místa, jako uprostřed parku nebo v novém pražském Manifestu. S každým šálkem dostali zákazníci nabídku dopřát si stejné kávové potěšení i později doma či v kanceláři, jednak v podobě vzorků s možností dalšího nákupu v retailu, jednak tipů na netradiční kávové nápoje v HoReCa až po e-commerce aktivaci prostřednictvím QR kódů vedoucích rovnou do eshopu. Na eventech jsme spotřebitele překvapili i skutečně osobní verzí jejich kávy pomocí tisku portrétů přístrojem Selfie cup.

Výsledky projektu: Za tři měsíce letní kampaně jsme projeli všemi regiony České republiky. U páky kávovaru jsme strávili přes čtyři sta hodin. Téměř osm tisíc lidí naši kávu přímo ochutnalo, další tisíce dostalo vzorky a nabídku vyzkoušet chuť své oblíbené kavárny nyní i doma nebo v kanceláři. A o to přesně značce Costa Coffee šlo. Vyzkoušíte zážitek jako z kavárny i vy?