



INTEGROVANÁ IN-STORE ŘEŠENÍ INTEGROVANÉ IN-STORE KAMPANĚ



POPAI
AWARDS



120

HOKEJOVÁ FANZÓNA COCA-COLA NA HARFĚ



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

Příhlašovatel: POS Media Czech Republic, s.r.o.

Autor: POS Media Czech Republic, s.r.o.

Cíl a pozadí projektu: Cílem projektu bylo zvýšit povědomí o značce Coca-Cola jako oficiálním partnerovi hokejového šampionátu 2024 a propojit fanoušky prostřednictvím interaktivní kampaně. Akce probíhala v obchodním centru Galerie Harfa, kde jsme vytvořili fanzónu, která přinesla jedinečný zážitek pro návštěvníky a fanoušky hokeje. Cílem bylo také posílit brand awareness a podpořit prodej produktů značky Coca-Cola během šampionátu, který navštívilo 790 000 fanoušků.

Strategické řešení: Navrhli jsme integrovanou kampaň zahrnující kompletní branding celého obchodního centra včetně venkovní chill-out zóny na terase. Součástí fanzóny byly různé aktivity s hokejovou tematikou, které byly návštěvníky 12 hodin denně po celých 6 týdnů. Kromě brandingových prvků jsme zajistili i živé přenosy zápasů a interaktivní hry, které návštěvníky přímo vtahovaly do atmosféry šampionátu.

Kreativní řešení: Fanzóna měla tvar stylizovaného hokejového puku, který už zdálky přitahoval pozornost návštěvníků. Kromě toho zde byly umístěny prvky z červeného lamina, dřevěné panely vyztužené železem a světelná čepice. Fanzóna nabízela air hockey, hokejové piškvorky, soutěžní hokejové kvízy a fotokoutek. Chill-out zóna na terase sloužila jako místo pro relaxaci a zábavu během živého vysílání zápasů. Celkově jsme fanouškům rozdali více než 5 000 dárků a vytvořili jsme elektrizující atmosféru, kde si každý mohl najít něco svého.

Výsledky projektu: Během šesti týdnů jsme přitáhli pozornost tisíců návštěvníků, kteří si užívali atmosféru šampionátu přímo v obchodním centru. Fanzóna se stala místem setkávání a zábavy, kde se podařilo vytvořit jedinečný zážitek a podpořit image značky Coca-Cola.