KATEGORIE U

INTEGROVANÁ IN-STORE ŘEŠENÍ

INTEGROVANÉ IN-STORE KAMPANĚ

POPAI AWARDS







VÁNOČNÍ KAMION COCA-COLA

157

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

Materiály: karton, kappa, reálné prvky - volant

Použití: plocha hypermarketů

Cíl a pozadí projektu: Vánoce jsou pro značku Coca-Cola nejdůležitějším obdobím roku, pevně spjatým s televizním spotem s ikonickým červeným vánočním kamionem a postavou Santy Clause, které posilují spojení značky Coca Cola s zvýšenou spotřebou v období před adventem i v jeho průběh. Cílem této sezónní in-store aktivace v hypermarketech bylo navázat silné propojení značky s ikonickým kamionem a postavou Santy Clause. Expozice měla také za úkol dramatizovat celonárodní spotřebitelskou soutěž o hlavní výhru – výlet za Santou do Laponska – aktivovat rodiny s dětmi a podpořit prodej primárně portfolia značky Coca-Cola.

Strategické řešení: Aktivace byla koncipována jako prostorová interaktivní instalace s vysokým faktorem zastavení (stop-rate). Místo běžného paletového vystavení jsme vsadili na 3D zážitkový koncept, který spojuje funkci nákupní s funkcí zábavní a fotogenickou. Propojení s promo akcí bylo řešeno intuitivně na očích zákazníka tak, aby mechanika soutěže komunikovala přímo z čela kabiny kamionu i bočních panelů. 360° přístupnost umožňuje zákazníkům volný pohyb kolem exponátu a snadný odběr produktů ze všech stran.

Kreativní řešení: Ústředním prvkem celé expozice je propracovaná 3D maketa ikonického červeného kamionu Coca-Cola. Vizuální a zážitkovou stránku posilují integrované LED diody, které kamion efektně rozzářily, a interaktivní volant v kabině vydávající reálné zvuky. Kabina s vánočním polstrováním tak slouží jako plnohodnotný fotopoint pro děti a rodiny. Korba a kapota kamionu fungují jako vysokokapacitní odstupňované regály pro vystavení primárně produktů Coca-Cola. Vizuál doplňuje postava Santy s lahví Coca-Cola a dárkové balení s mašlí, které podtrhují sváteční charakter nákupu.

Výsledky projektu:

- **Vylepšení nákupního zážitku:** Vytvoření ikonického vánočního photopointu s interaktivními světelnými a zvukovými prvky přímo v pasáži prodejny, který přilákal rodiny s dětmi a generoval organické sdílení na sociálních sítích.
- **Prodejní dopad:** Výrazné zvýšení impulsních prodejů klíčových produktů značky Coca-Cola díky vysoké kapacitě a atraktivitě vystavení.
- **Vysoká míra zapojení:** Úspěšná komunikace vánoční soutěže vedla k nárůstu registrací účtenek v soutěži o výlet do Laponska.
- **Brand Building:** Upevnění pozice značky Coca-Cola jako historického spolutvůrce a neodmyslitelného symbolu moderních Vánoc.