

Программа стимулирования продаж в канале on-trade

«Смешай Светлого с Темным»

VELKOPOPOVICKÝ
Kozel

Промо-маркетинговое агентство EMG

Сыграем в
«Чешского
Смешанного»!



ВЫБЕРИТЕ КАРТУ

Цели и задачи проекта

Запуск нового сорта Velkoropovicky Kozel Смешанное в канале HoReCa

Увеличение продаж всех сортов Velkoropovicky Kozel в канале HoReCa

Название проекта

- Программа стимулирования продаж в канале on-trade «Смешай Светлого с Темным!»

Рекламируемый продукт

- Velkoropovicky Kozel Svetly и Cerny

Время проведения

- 4 - 26 июня 2010 г.

География проекта

- 7 городов

Заказчик

- SABMiller Rus LLC

От традиции к сенсации

VELKOPOPOVICKÝ
Kozel

Так - до программы



Потребители думают: Kozel - традиционная чешская марка, к которой я привык.

Чувствуют: Он соответствует мне по духу.

Делают: Покупают конкретный сорт Kozel в привычном для них объеме

А так – должно стать после



Потребители думают: Kozel предлагает сенсационно новый подход к потреблению пива.

Чувствуют: Вау! Такого я еще не видел.
Интересно попробовать.

Делают: Увеличивают объем единоразовой покупки Kozel за счет покупки обоих сортов.

Светлое... Темное... А если - смешать?

VELKOPOPOVICKÝ
Kozel

Так родилась легенда об историческом споре двух Козелов...

Давным-давно в
чешской
деревушке
Велкоповице
поспорили, какой
Козел лучше -
Светлый или
Темный?

Мнения
разделились. Что
тут началось!
Козелов столкнули
лбами!



Дело дошло до
пивопротия!
Темный и Светлый
скрестились. И... до
чего же отменный
вкус получился!

С тех пор стали
смешивать светлое
пиво с темным и
удивляться, как
раньше не
додумались.

Кто смешивает - не пожалеет!

Как убедить потребителей попробовать? Предложить им игру!

VELKOPOPOVICKÝ
Kozel

К посетителям баров подходили два промоутера в костюмах Козелов – Светлого и Темного...



Сыграем в карты!

Возьмите
по одной карте
у каждого Козела.
Участие в первой
игре – бесплатное.



Вытащили Светлую и Темную карты?

Поздравляем! Вы
выиграли кружку
Смешанного «Козела».



Попались две карты одного цвета?

Закажите кружку
Светлого или
Темного «Козела», и
испытайте удачу
снова!

Результаты

VELKOPOPOVICKÝ
Kozel

Продажи обоих сортов выросли на 11%!

Мы предложили потребителям смелый эксперимент, в который они с энтузиазмом включились.



- Вовлечение аудитории - **20 803 человека**
- **Каждый 3-й участник** игры заказал «Козел Смешанное»
- Была **продана 5 181 кружка** пива Kozel
- **Каждый 4-й гость** повторно участвовал в игре с Козелами
- Большинство гостей отметили, что эксперимент им понравился, и они обязательно **попробуют повторить его дома**
- Большинство участников просили **сфотографироваться с Козелами**