

## **Võistlustöö: Õnneks vajad suudlust!**

**Klient: Coca-Cola Company**

### **Eesmärk:**

Kliendi poolt antud ülesandeks oli luua Coca-Cola rahvusvahelise turunduskampaaniaga haakuv tarbijate kaasamislahendus. Täpsemalt formuleeriti eesmärgid nii:

- Tarbijate kaasamine Batlikumi suurimal muusikafestivalil – Positivus Festival,
- Näidata Coca-Cola brändi suure, kaasaegse ning tarbijale lähedal olevana
- Kommunikeerida turunduskampaania Kiss for happiness sõnumit: **'When you share a coke, you share a kiss'**
- Anda tarbijale võimalus luua endale personaliseeritud Coca-Cola pudel ning seeläbi luua personaalne suhe brandiga

### **Elluviimine:**

Rajasime festivali alale 10x15m suuruse Coca-Cola tegevuslava. Hea nähtavusega asukoht sai valitud koostöös festivali korraldajatega eeldusel, et väljapanek on atraktiivne ning küllastajate seas väga populaarne.

Sihtrühma kaasamiseks ning positiivse emotsiooni loomiseks ja jäädvustamiseks toetusime oma tegevuses järgnevale: nähtavus, üllatusmoment, personaliseerimine, ultramoodne tehnoloogia.

Ala keskmeks oli ringlava, millele ehitasime spetsiaalselt selle tegevuse jaoks mõeldud läbipaistvad võistlusboksid. Kabiinide vahele tootsime hiiglasliku Coca-Cola kontuurpudeli, mis toetas kogu väljapanekut visuaalselt kui ka täitis olulist rolli kaasamistegevuses ning brändi turundussõnumi levitamisel.

Mõlema kabiini kohale valmistasime massiivsed automatiseeritud huuled, mis vastavalt osalejate kiirusele kontuurpudeli suunas liikusid.

Tegevuse võimendamiseks kasutasime 360' LED ringkraani, millelt kuvasime Coca-Cola brändi põhisõnumeid ning võistlejate punktiseisu.

Osavõtt toimus korraga kahes võistkonnas. Eesmärk oli võimalikult lühikese ajaga koguda võistluskabiini ehitatud puutetundlikult paneelilt sõna 'KISS' ning seeläbi viia oma meeskonna 'huuled' esimesena Coca-Cola kontuurpudolini. Positiivset emotsiooni kabiinis aitasid esile tuua valgus-, heli- ja suitsuefektid.

Auhinnaks personaliseeritud Coca-Cola pudel.

### **Tulemus**

Coca-Cola oli Positivus Festivali atraktiivseima väljapaneku ja tegevusega esindatud bränd. Lõime unikaalse lahenduse, olles tarbijale lähedal ning pakkudes neile lõbusat, emotsioonide küllast ja võistlusmomendiga põimitud kõrgtehnoloogilist tegevust.

Kuna kliendi hinnangul olid tulemused suurepäraseks, otsustas ta rakendada antud lahendust ka Eestis Weekend Festivalil ning Leedus Karkle Live Music Festivalil.

Sõnum **'When you share a coke, you share a kiss'** sai edastatud rohkem kui **75 000-le unikaalsele** festivali küllastajale. Meie tegevusse sai kaasatud rohkem kui **10 000 tarbijat**.

Lahenduse näol on tegemist ka Eesti üritusturunduse suurima ekspordiartikliga.

## **The work: Kiss for happiness**

**Client: Coca-Cola Company**

### **The goals**

The goals for the brand consumer engagement activity in Positivus festival - the biggest live music festival in the Baltics as given us by the client:

- to show Coca-Cola brand in a contemporary way and close to consumers
- to communicate the brand marketing campaign Kiss for Happiness message: 'When you share a coke, you share a kiss'
- possibility to create your own personalized Coke bottle

### **The description**

We set up 10x15m branded stage with an excellent visibility. The best location was chosen together with festival organizers. The expectations were that the area and the activity will be attractive and extremely popular among festival visitors.

Digitally visible, the moment of surprise, personalizing and high-technology – these components were the base for creating the most enthralling and positively emotional activity area.

At the center of the area there was a round stage with transparent activity booths on it. A huge Coca-Cola contour bottle was produced and placed between the booths to support the visibility. On the other hand it played very important role in the engagement activity and helped to spread the main message.

On top of the cabins there were giant automated lips that moved towards the bottle according to the participant speed.

We used 360 degrees LED screen to amplify our activity and Coca-Cola brand message.

There was a challenge between two teams. Their goal inside the booths was to collect the word 'KISS' as fast as possible and thereby be the first whose 'lips' will reach the contour bottle in the middle. By the way, we used custom made touch panels in the booths to collect the 'KISSES'.

Positive emotions were amplified using the show lights, sound and smoke effects. Each participant got the personalized Coca-Cola bottle as a prize.

### **The results**

Coca-Cola had the most attractive and engaging activity area in Positivus festival. We created the unique solution to be as close as possible for the consumer and to offer them activity full of high-technology, competition and positive surprises.

In fact, the activity was so popular that Coca-Cola decided to use the same consumer engagement activity for Weekend Festival in Estonia and Karkle Live Music Festival in Lithuania.

More than 30 000 unique festival visitors received the message 'When you share a coke, you share a kiss' and more than 3500 consumers were directly involved with the activity.

**It is certainly the most successful export in the event marketing surface in the Baltics. The solution was created in Estonia but we delivered it effectively to other Baltic states countries.**