

Bränd oli noor ja turule tulnud 2016 kevadel. Kuna brändi imago inspiratsiooniks on California surf scene. Leidsime kohaliku sobiva partneri, juba tuntud kaubamärgi Surfilaagri näol. Lõime Surfilaagri ürituse Kane's Surf Challenge, kus 6 kohalikku tuntud inimest alustasid üks kuu enne Surfilaagrit surfiõpinguid kohalike tuntud surfiõpetajate käe all. Meedia (Elu24, Delfi) ning lisaks ka Surfilaager, Kane's ja challenge's osalejad kajastasid õpinguid enda sotsiaalmeedias. Ürituse kulminatsiooniks oli Surfilaagri teisel päeval toimuv challenge, kui kuulsad õpilased koos oma õpetajatega võtsid osa lõppvõistlusest.

Osalejad: Teele Viira, Getter Jaani, Priit Pius, Mart Müürisepp, Iti+Patrik Järve, Carine-Jessica Kostla

Surfiproffid õpetajad: Raoul "Papa" Burmann, Karl Erik Saarm, Aivar Kajakas, Annika Valkna, Kristjan Kiisk, Timo Runge, Betty Vainküla

Läbi selle saime juba üks kuu enne Surfilaagri üritust nähtavust tavameedias ja sotsiaalmeedias (lisaks ka osalenud kuulsuste isiklikes sotsiaalmeediakanalites).

**Ootused ja eesmärgid:** Viia Kanesi bränd laiematesse massidesse ning kinnistada brändi kuvandit kui noorte ja coolide lemmikut

## 2.2

Kuna kuulsuste ja surfiõpetajate surfitunnid toimusid ca kuu aja jooksul enne tegelikku üritust, saime olla pikemalt meediapildis, näiteks Teele Viira jt isiklikel sotsiaalmeediakontotel. Lisaks Elu24, Postimehe veebisaidil, Kane'si sotsiaalmeediakontodel, Surfilaagri sotsiaalmeediakontodel.

## 2.3

Sellel perioodil kasvatasime värskelt turule tulnud toote puhul ühe edukaima sotsiaalmeediakeskkonna (FB, Insta jälgijate arv). Üritust ja meediamahutu kasutades lõime Kanesi brändist suve ühe populaarseima joogi. Kanes toodi turule 2 maitsega, mõlemad 0,33 l klaasipudelis. Kampania mõjutas eesti klaasipudelis karastusjoogimahu turgu - maht kasvas ürituse perioodil 180%.

## ENG

The lemonade entered Estonian market in 2016 as a newcomer. Our goal was to take Kane's to the masses and make it cool.

And whats cooler than surf?  
Surf in Estonia!

We created a surf challenge for 6 Estonian celebrities. They had one month to learn how to surf and then compete against each other in the Surf Camp, our partner event.

Everybody had lots of fun and we got tons of media coverage.

The celebrities share their experience in social media.

During one month we got 11 000 instagram followers, 13 000 facebook fans.

Glass-bottle beverage market spiked 180%