

CIRCLE **K**TM

Tassi oma tassi!

KULDMUNA 2023

Probleem

Eestis kasutatakse igapäevaselt orienteeruvalt **120 000** kuuma joogi topsi, mida ei saa ümber töödelda ning millel on seetõttu keskkonnale laastav mõju.

Circle K on oma klientidele juba aastaid pakkunud võimalust osta kuuma jooki oma termose või tassiga soodsamalt, kuid paraku pole kliendid siiani täit vedu võtnud. Nüüd oli aeg mõelda välja uus lähenemine.



Lahendus

Lõime üle Baltikumi ulatuva **oma tassiga** kampaania, millel oli mitu eesmärki: esmalt tuli edasi anda jätkusuutlikkuse sõnumit ning vähendada seeläbi ühekordsete topside kasutamist.

Aga vähendades ühekordseid topse on kuuma joogi tarbimiseks vaja siiski hüva nõu. Nii sai kampaania teiseks eesmärgiks kasvatada Circle K termose müüki.

Et kliendid kampaaniaga kaasa tuleksid, andis Circle K neile tõeliselt korraliku motivatsiooni: nimelt said kõik soovijad korduvalt Eesti parimaks valitud kohvi viiskümmend protsenti soodsamalt!

Seega ei kutsunud Circle K oma kliente lihtsalt käituma keskkonnasõbralikult, vaid lausa **premeeris** neid poole soodsama kuuma joogiga. Tõsiasi, mis tegi "Tassi oma tassi" kampaania ainulaadseks.

Mängulise sõnumi edastamiseks kasutasime erinevaid kanaleid ning muidugi ka influkaid, kellele saatsime promopakid.

Promopakki peitsime Circle K termose, kohvivoucherid, eksklusiivsed Circle K tooted ning muidugi personaliseeritud nimelise kaardi.



4x termoste müük

2x kuuma joogi ostmine

Edukas keskkonnasõbralikkuse põhimõtte kommunikatsioon



Tulemus

Tänu kõigele eelnevale pluss nutikale sõnamängule, silmapaistvatele visuaalidele ja ulatuslikule meediamahule tegi Tassi oma tassi kampaania veebruaris rekordeid.

Kampaania tulemusel kasvas isikliku tassiga kuuma joogi ostmine **2x**, termoste müük võrreldes varasema kuuga tõusis **4x** ning sotsiaalmeedias jõudsi sadade tuhandete fännideni.

Rääkimata muidugi headest sõnadest ja kiitusest välimeedia erilahendusele. Saame julgelt tõdeda, et veebruaris toimunud kampaania töötas tõepoolest ja neid, kes oma tassi tassisid, oli hulgaliselt. "Tassi oma tassi" kampaaniaga suutsime tavapärase müügikampaania asemel Circle K klientidele edukalt kommunikeerida ka olulist keskkonnasõbralikkuse põhimõtet. Jätkame tassimist ka tulevikus!