



8. ročník semináře

14. 6. 2023

**UDRŽITELNOST PRO VÝROBU A OBCHOD**s podtitulem **Udržitelnost v nás**Info  
a přihláška  
ZDE

# Hrdinové Marvelu vyzývají k soutěži v in-store kampani Coca-Cola

Spolupráce dvou ikonických značek, jakými jsou Coca-Cola a Marvel, si žádá něco výjimečného. Komunikační agentura Dago tak k právě probíhající soutěži o zájezd do Marvel Avengers Campusu v Disneylandu Paris připravila pro Coca-Colu hned několik vystavení, která budou moci zákazníci v následujících týdnech vidět v obchodech napříč Českou republikou a Slovenskem. Kampaň bude probíhat do konce března, kromě zájezdu se hraje například o televize či vstupenky na Comic-Con.



Prominentní roli v kampani hrají postavy ze série Avengers, Iron Man a Captain Marvel. Ty zároveň výborně zapadají do červeného barevného schématu, které je se značkou Coca-Cola nevyhnutelně spojeno. „Nejdůležitějším faktorem při našem rozhodování byl wow efekt, který jsme z návrhu cítili. Jsme přesvědčeni o tom, že vystavení zákazníky zaujmou a zároveň jim předají informace o probíhající soutěži. Roli hrál i dostatek místa pro produkty, o které jde samozřejmě v první řadě,“ uvedla Kristýna Křibská, marketing execution lead z firmy Coca-Cola HBC.

## Shop in shop s logem Avengers, menší vystavení budou rebrandovatelná

Nejvýraznější částí in-store kampaně je shop in shop, kterému kromě produktu dominuje postava Iron Mana a kruhové pódium s logem Avengers. „Kolem nosného schodovitého pódia s logem jsou vyskládány produkty, samotné logo je pak předsazené, díky čemuž působí výrazným dojmem. Na vystavení je také naznačena horská dráha, která odkazuje na hlavní cenu právě probíhající soutěže,“ řekl k tomu za Dago projektový manažer Jakub Petráš. „Shop in shop je zároveň otevíratelný, dá se do něj tedy najet paletovým vozíkem, což výrazně ulehčuje práci zaměstnanců v samotných obchodech,“ dodal. Na českém trhu půjdou shop in shopy do obchodů řetězce Albert, na Slovensku se jedná o Tesco. „Zákazníci je tam ve vybraných prodejnách budou mít možnost vidět v průběhu února,“ uvedl za slovenský trh marketing execution lead Marek Prostrečný a dodal: „Řešení, které jsme spolu s agenturou DAGO vyrobili, vybočuje z řady klasických marketingových vystavení a dokonale symbolizuje propojení značek Coca-Cola a Marvel.“



Kromě shop in shopu byly vytvořeny i pro stojany na plechovky, vystavení o velikosti jedné europalety a klasické „hrabáky“. Ty jako jediné z navržených vystavení využívají kromě kartonu i čirý plast. „V posledních letech jsme začali mnohem více využívat karton. Jedná se o variabilní materiál, který lze lehce přenášet a zároveň se jednoduše skládá, což bylo jednou z podmínek klienta,“ uvedl Jakub Petráš. Tyto menší formáty jsou určeny pro celý trh, v zájmu udržitelnosti jsou zároveň rebrandovatelné. „Udržitelnost je pro nás ve společnosti Coca-Cola HBC jednou z priorit, jsme tedy rádi, že stojany agentura DAGO navrhla tak, že je bude možné po skončení právě probíhající kampaně jednoduše předělat a použít znovu,“ doplnila Kristýna Křibská.

## Kampaň poběží do konce března

Soutěž Coca-Cola Screentime, ke které se kampaň vztahuje, probíhá do konce března. Soutěžící v ní nákupem vybraných výrobků a hraním miniher v aplikaci Coca-Cola získávají možnost hrát o hodnotné ceny. Mezi ty patří například televize, tablety či projektory značky Samsung nebo propagační předměty ze světa Marvel. Hlavními cenami jsou vstupenky na Comic-Con 2023 a zájezd pro čtyři osoby do Marvel Avengers Campusu v pařížském Disneylandu.