

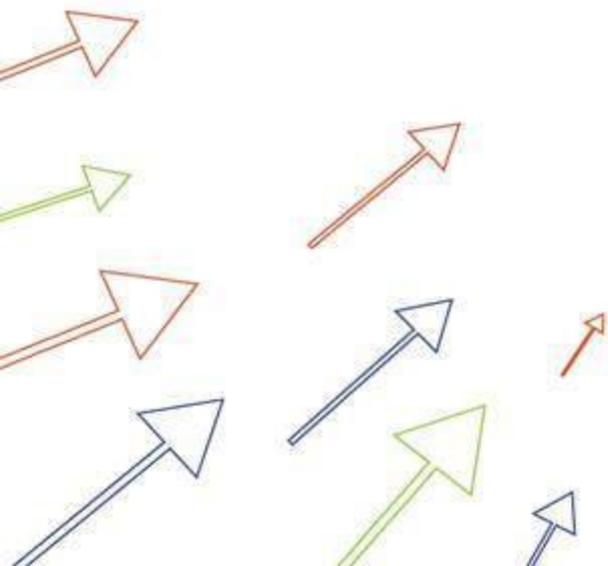
Номинация 3.2

Trade Marketing:

Лучшая мотивационная программа в области торгового маркетинга.



«Золотая печать»



*Подготовлено для Международного Фестиваля Рекламы
«Серебряный Меркурий 2011»*

Описание продукта:

Zlaty Bazant – это высококачественное пиво, впитавшее в себя многовековые традиции словацкого пивоварения. Пивоварни Zlaty Bazant являются одними из старейших в Словакии. Пиво варится только из натуральных продуктов и славится своим бархатным вкусом.



Кто отдает предпочтение Zlatý Bažant?

Молодые, но уже состоявшиеся, уверенные в себе люди. Они ценят дружбу и свой круг общения. Предпочитают гарантированно качественное пиво.



Цель:

- Разработать и провести мотивационную программу для работников баров и пабов, направленную на улучшение качества подачи пива Zlaty Bazant.



«Золотая печать»

Zlaty Bazant - лучшее словацкое пиво, которое издавна поставляется во многие страны мира. Уже на протяжении нескольких веков его качество остается неизменным. Причина этому - таинственная «золотая» печать. С данной печатью один из мастеров-пивоваров отправился в долгое путешествие, чтобы показать людям в каких трактирах и пабах подают действительно настоящий Zlaty Bazant. Во всех заведениях, где он узнает знакомый родной ему вкус пива, пивовар ставит свой фирменный штамп.

Традиция
делать лучшее!

Задача:

- Разработать механизм акции с большим количеством проверок, при этом уменьшив стоимость одного контакта.



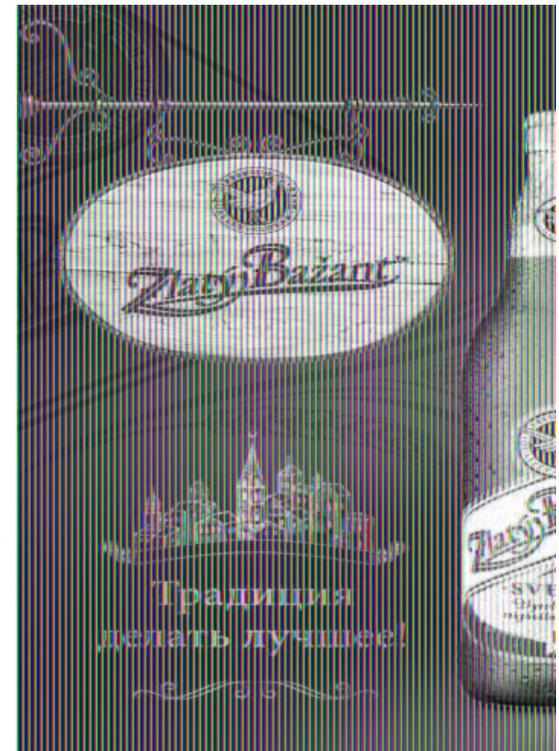
Проблема:

- Стандартный механизм проверки подачи пива при помощи mystery shopper позволяет осуществить небольшое количество проверок.
- Себестоимость одного контакта достаточно высока.



Решение:

Мы разработали уникальный механизм, при котором главный контроль за подачей пива осуществляют не mystery shoppers, а обычные люди – посетители пабов и баров.



Идея:

Мы организовали среди барменов и официантов конкурс «Золотая печать». В его основу легла вымышленная легенда.

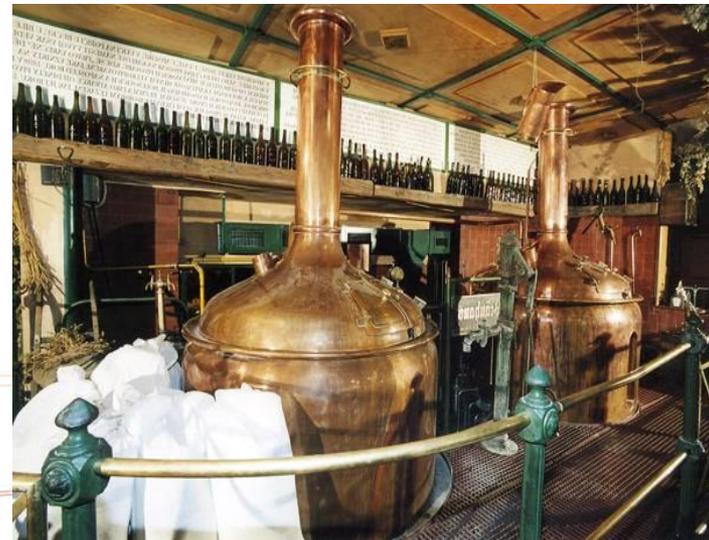


Легенда:

Главный пивовар Zlaty Bazant очень любит путешествовать по тем странам, куда поставляется его пиво.

Однажды в одной стране ему подали пиво Zlaty Bazant в простом бокале и без фирменного бирдекеля.

В тот момент главный пивовар понял, что для отличного пиво важна каждая деталь.



Легенда:

Он взял поданный счет и написал на нем: «Больше к вам не отправится ни одной бочки пива Zlaty Bazant»; а вместо подписи он обмакнул перстень с изображением фазана в клюквенный соус и поставил печать.

Директор ресторана, узнав об инциденте, поспешил принести свои извинения. А пивовар решил создать печать, с помощью которой каждый сможет оценить качество подачи пива.



Легенда:

Для участников конкурса было проведено предварительное обучение, объясняющее правила конкурса и нормы подачи пива Zlaty Bazant.



Что необходимо делать участникам конкурса:

- Рекомендовать посетителям заведения пиво Zlaty Bazant.



- Соблюдать правила подачи пива Zlaty Bazant.



- Предлагать посетителям оценить качество подачи с помощью двух печатей «правильно» и «неправильно».

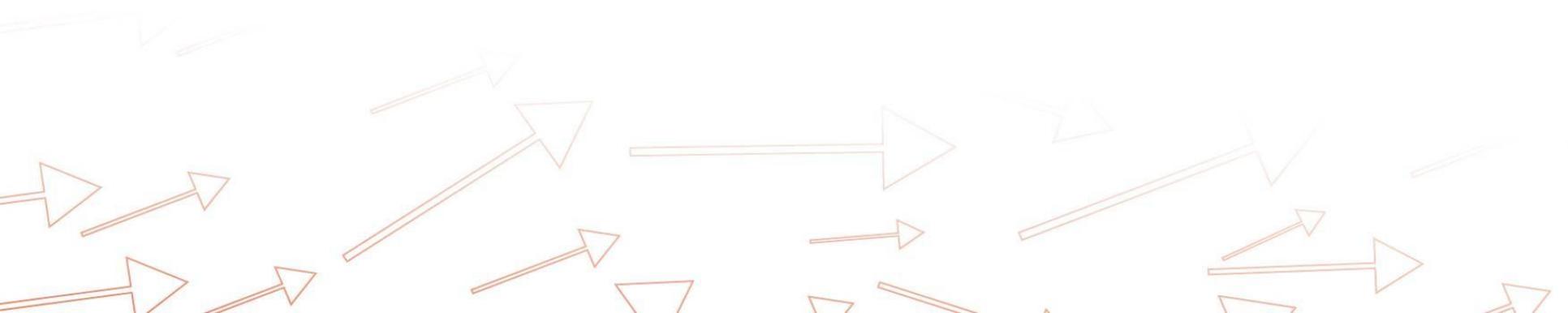


- Помещать пропечатанные чеки в специальный мешочек Zlaty Bazant, собирая таким образом баллы.



Как определялся победитель:

- при помощи посетителей баров и пабов
- при помощи mystery shopper (всего один раз в неделю)



До посетителей информация о механизме акции был донесена через два канала:

POS-материалы

Работу промоперсонала



Легенда «Золотая печать»

«Zlaty Vlasen» – лучшее пиво в мире, которое поставилось во многие страны мира. А главный герой очень любит путешествовать по тем странам, куда поставилось его пиво.

Однажды, в одной стране, ему поразило пиво «Zlaty Vlasen» в красивом бокале и без ферментов безалкогольного. В тот момент главный герой понял, что для отличного пива нужна хорошая вода. Он хочет увидеть счет и название не имя: «Белая» в нем не понравился (на одной банке пиво «Злати Власен»), а вместо пива он обманул персонал, с бюджетом Фабрика и стал пить.

Директор ресторана, у которого принести свое пиво, должен получить «Злати Власен» пиво.

Прими участие в конкурсе «Золотая печать»!

Что необходимо делать для того, чтобы принять участие в конкурсе «Золотая печать»:

- 1. Проверить количество заказов пива «Zlaty Vlasen».
- 2. Если заказ поставлен пива «Zlaty Vlasen» обобщить заказ.
- 3. Проверить количество заказов пива «Zlaty Vlasen» в ресторане.
- 4. Проверить количество заказов пива «Zlaty Vlasen» в ресторане.
- 5. Проверить количество заказов пива «Zlaty Vlasen» в ресторане.

Правила участия:

- 1. Конкурс проводится в течение 3 месяцев.
- 2. Срок проведения с 1 октября 2019 г.
- 3. Если участник не участвует в конкурсе, то он не участвует.
- 4. За все заказы «Злати Власен» персонал должен получить от бюджетника Фабрика и стать пить.

Дата: _____ № _____

Скворцов Сергей

1A	2A	3A	4A	5A	6A	7A	8A	9A	10A
A	12A	13A	14A	15A	16A	17A	18A	19A	20A
A	22A	23A	24A	25A	26A	27A	28A	29A	30A
A	32A	33A	34A	35A	36A	37A	38A	39A	40A
A	42A	43A	44A	45A	46A	47A	48A	49A	50A
A	52A	53A	54A	55A	56A	57A	58A	59A	60A
A	62A	63A	64A	65A	66A	67A	68A	69A	70A
A	72A	73A	74A	75A	76A	77A	78A	79A	80A

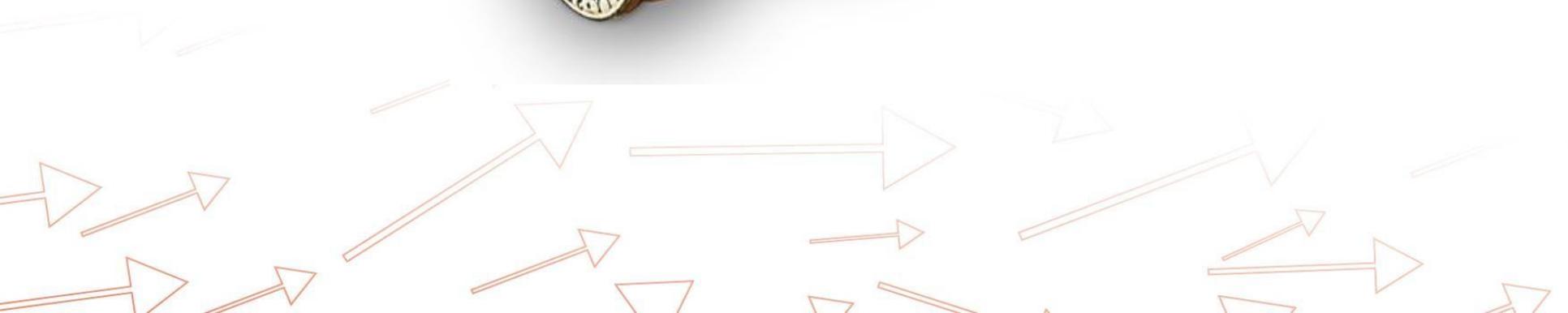
Правильно

правильно неправильно

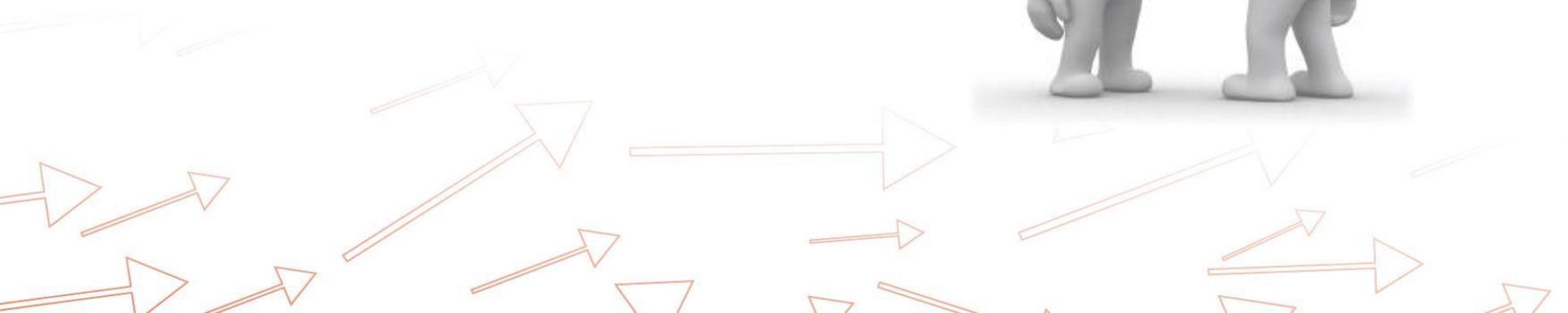


Как определялся победитель:

Победу в конкурсе одерживал участник, набравший наибольшее количество баллов.



При таком механизме работники заведения соревновались между собой, а, как известно, у официантов и барменов очень хорошо развит профессиональный этикет, поэтому никто не стремился выиграть обманным путём.



Как начислялись баллы:

За чеки, в которых указано пиво Zlaty Bazant и которые были отмечены печатью «правильно», начислялся один балл.



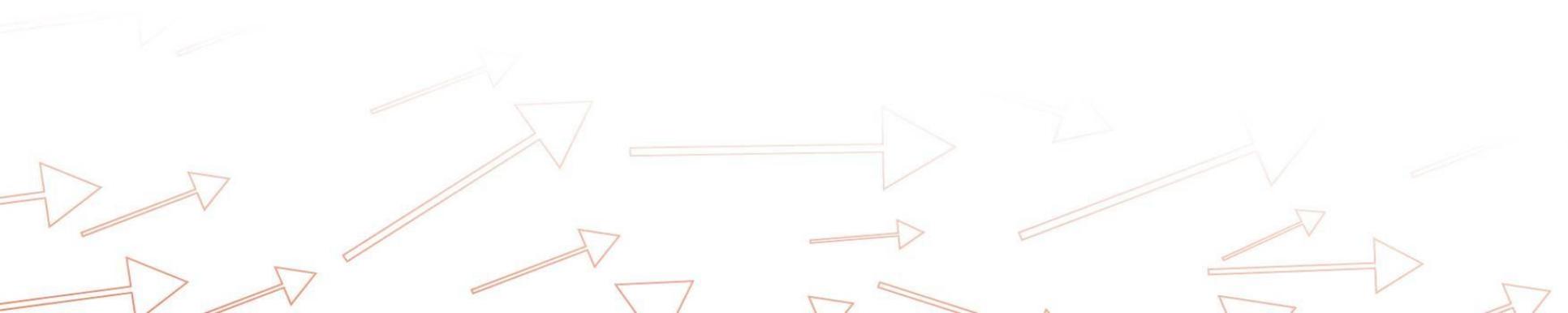
Как начислялись баллы:

За чеки с печатью «+10», которые можно получить от тайного покупателя, бармены или официанты получали 10 баллов.





Посетители с радостью принимали участие в интерактиве. В 98% случаев потребители сами, без напоминания бармена или официанта, требовали печать для оценки подачи пива.



По итогам конкурса в каждом заведении были определены победители, которым были вручены ценные подарки и сертификаты победителя.



Реализация:



1 неделя

6 недель

1 неделя



8 недель



Результаты:

- Качество подачи пива значительно улучшилось.
- В заведениях наблюдался значительный рост продаж пива Zlaty Bazant, хотя такая задача не ставилась.
- Увеличилась лояльность к бренду у работников и посетителей заведений.



Почему наша работа заслуживает внимания:

- Мы разработали эффективный механизм программы, в которой в роли mystery shopper выступили потребители. Благодаря интересной легенде мы с легкостью смогли вовлечь их в процесс оценки качества подачи пива.



Спасибо за внимание!

