



Итоговый отчет по проекту
Café Pele

Ноябрь-декабрь 2009

**CAFÉ
PELÉ**

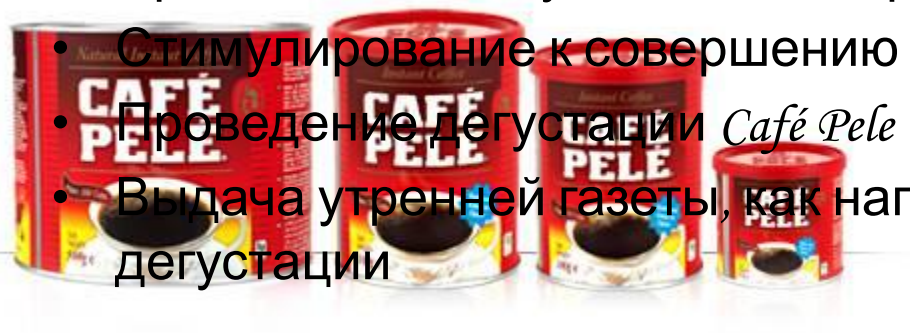
Основное по программе

Цели акции:

- повышение узнаваемости продукта и осведомленности о продукте,
- совершение первого контакта потребителя с продуктом посредством дегустации
- информационное сообщение для потребителя с целью донести имиджевую составляющую продукта и закрепить ее в сознании потребителя.
- Повышение лояльности к продукту, стимулирование повторной покупки.

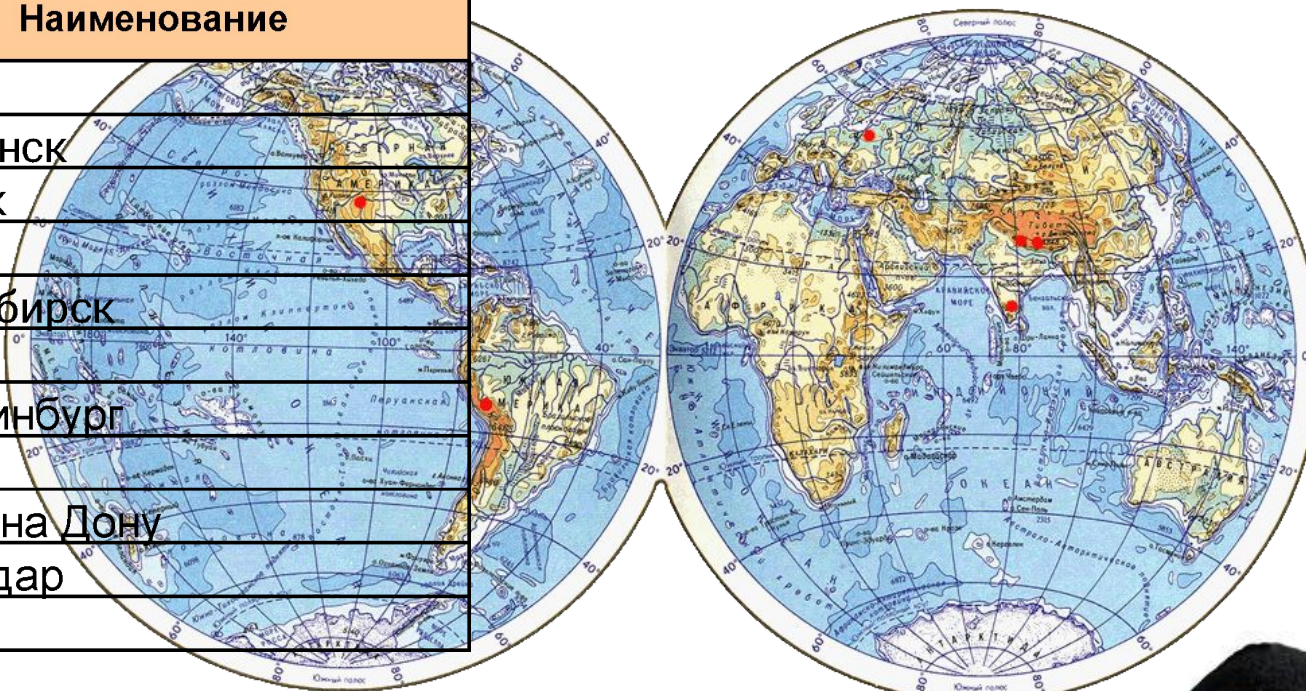
Задачи акции:

- Проведение консультации по продукту
- Стимулирование к совершению покупок
- Проведение дегустации *Café Pele*
- Выдача утренней газеты, как напоминание о бренде после дегустации



География проекта

№ строки	Наименование
1	Пермь
2	Челябинск
3	Иркутск
4	Чита
5	Новосибирск
6	Омск
7	Екатеринбург
8	Казань
9	Ростов на Дону
10	Краснодар
11	Уфа





Период проведения акции

Описание работ	Отвественный	Ноябрь														Декабрь													
		17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18			
		вт	ср	чт	пт	сб	вс	пн	вт	ср	чт	пт	сб	вс	пн	вт	ср	чт	пт	сб	вс	пн	вт	ср	чт	пт			
Работа на уличных точках точек																													
Краснодар	Исполнитель																												
Ростов	Исполнитель																												
Уфа	Исполнитель																												
Казань	Исполнитель																												
Екатеринбург	Исполнитель																												
Пермь	Исполнитель																												
Челябинск	Исполнитель																												
Иркутск	Исполнитель																												
Чита	Исполнитель																												
Новосибирск	Исполнитель																												
Омск	Исполнитель																												

Схема работы:

Рабочие дни: Вторник-пятница

Рабочие часы: с 8.00 – 11.00

Персонал: 3 промоутера на 1 ТТ, 1 супервайзер

на 1 ТТ



Механика акции

- В каждой торговой точке работает 3 промоутера: 1 молодой человек и 2 девушки + 1 супервайзер.
- У каждого промоутера в наличие должен быть следующий реквизит: рюкзак-термос, стаканчики, сахар, палочки для размешивания, салфетки. Промоутеры размещаются в разных сторонах площадки, приблизительно в 10-15 м. друг от друга и предлагают потенциальным потребителям попробовать кофе Café Pele (порция 100 гр). После проведения дегустации предлагают потребителю утреннюю газету как напоминание о бренде после дегустации. План 100 дегустаций/день/1 промоутер.
- На ТТ супервайзер размещает аэродинамическую танцующую надувную фигуру, которая привлекает внимание к акции.



CAFÉ PELE

Инструменты акции



Утренняя
газета



аэродинамическая
танцующая надувная
фигура или «танцующий
человечек»



Форма



Основные результаты акции

За время проведения акции Café Pele были получены следующие результаты:

• **Общие данные за акцию:**

- Количество контактов - **125864 человек**
- В дегустации приняло участие **113871 человек**
- Выполнение плана по неделям несет волнообразный характер, общий процент выполнения нормы дегустаций составил **100%**
- Выдано информационных газет **60 000 шт.**



Отзывы потребителей о проекте

- Представители целевой аудитории с удовольствием принимали участие в проекте Café Pele, участвовали в дегустации кофе.
- 95% покупателям акция Café Pele понравилась. Те потребители, которые пробовали кофе Café Pele делали это в основном в первый раз, им оно очень понравилось.
- 5% потребителей, которые, отказывались принимать участие в акции, говорили, что кофе Café Pele пробовали раньше и оно им не понравилось, но таких людей было не много.
- Дети и взрослые были в восторге от аэромена, он и яркая форма промо-персонала издали привлекала внимание прохожих к акции.
- Многие отмечали, что удачно выбрано время проведения акции. Утро начинается с кофе – это здорово.
- У потребителей в возрасте около 30 лет (+\ - 5 лет) кофе Café Pele связан с воспоминанием о студенческих годах. Они отмечали, что кофе Café Pele стал лучше, чем был раньше.
- В целом отношение к акции с позитивное. Холодная погода спровоцировала большой интерес к проекту.



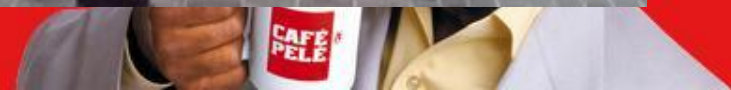
**CAFÉ
PELÉ**

Фото-отчет по проекту



**CAFÉ
PELÉ**

г.Екатеринбург



г. Казань



advertising agency



**CAFÉ
PELÉ**

г. Краснодар



г. Ростов на Дону

**CAFÉ
PELÉ**



**CAFÉ
PELÉ**

г. Уфа



 **Ace Target**
advertising agency



**CAFÉ
PELÉ**

г.Иркутск



**CAFÉ
PELÉ**

г.Новосибирск



**CAFÉ
PELÉ**

г.ОМСК



 **Ace Target**
advertising agency



**CAFÉ
PELÉ**

г.Пермь



**CAFÉ
PELÉ**

г. Челябинск



**CAFÉ
PELÉ**

г.Чита



 **Ace Target**
advertising agency



Заключение

Одним из важнейших итогов данной рекламной кампании явилось информирование покупателей о продукте и получение обратной связи от конечного потребителя о ТМ *Café Pele* который, несомненно окажет позитивное влияние на дальнейшее планирование федеральной и локальной маркетинговой активности и развития ассортиментной линейки бренда.

