

TUBORG GREENFEST

Отчетная презентация



Цели



МАРКЕТИНГОВЫЕ ЦЕЛИ:

- Укрепление лидерской позиции в премиум сегменте
- Увеличение уровня продаж в период осеннего сезона
- Повышение лояльности, увеличение уровня unaided awareness ЦА к марке TUBORG
- «Переключение» ЦА с конкурентных марок
- Популяризация бренда среди ЦА
- Закрепление за брендом территории музыки, и поддержание привязки TUBORG - музыкальный бренд

КОММУНИКАЦИОННЫЕ ЦЕЛИ:

- Коммуникация продукта Туборг Грин через:
- Событие, которое привлечет ЦА TUBORG
- Формирование устойчивых эмоциональных привязок
- TUBORG самый музыкальный и молодежный
- Лидер рынка - №1 премиальный бренд
- TUBORG – это лучший бренд для «тусовок с друзьями»
- Концентрация внимания ЦА на продукте (Грин)
- Создание информационного повода для СМИ



TUBORG GREENFEST

Ти у ритмі СВЯТА!



Ты В РИТМЕ ПРАЗДНИКА!

*Ещё до начала праздника, весь город ритмично гудит одной новостью – к нам едет **GREEN FEST!***

Этот ритм повсюду, в радиоприёмниках и на ТВ, в голове и на устах друзей. Это ритм, как мандраж, перед GREENдиозным событием.

Мы слышим его на улицах – это GREEN-фаны идут на праздник.

Сталкиваемся с ним в кафе, где к празднику ритмично вышагивают гости города. В промо, которое встречает нас на каждом углу!

Этот ритм в барабанах уличных музыкантов, которые заставляют нас пританцовывать в ожидании вечеринки. Этот ритм на протяжении праздника до его апогея!

Именно он ведёт нас на протяжении всего времени к основному событию, заставляя нас улыбаться и танцевать.

Мы чувствуем его в воздухе и стремимся к его эпицентру – к ритму

TUBORG GREEN FEST!

TUBORG GREENFEST



TUBORG GREENFEST – это уникальный ритм отдыха. Это отдых в ритме **TUBORG!** Это стиль, который задаёт ритм всему городу, каждому его жителю. Это вечеринка в одном ритме с твоей молодостью, с твоим горячим сердцем!

Если ты молодой и энергичный и живёшь в ритме современности, новых технологий, моды и настоящего праздника жизни – то выбираешь этот ритм не ради «понтов», а потому что знаешь цену настоящему празднику и пиву, которое может его для тебя подарить.

TUBORG GREENFEST – это Greenдиозное пати в одном ритме с друзьями, качественной музыкой и полными фана конкурсами. И весь этот сумасшедший ритм праздника задаёт твоё любимое пиво – **TUBORG**.

Собирай друзей и заведитеесь в одном ритме, в ритме TUBORG.

TUBORG GREENFEST



Ты молодой и тебе нравится жить в ритме GREENдиозного праздника?

Убедись в том, что качественное пиво задаёт ритм настоящей вечеринки.

Будь в ритме TUBORG, раскачай с друзьями пати по полной!

Оставь хмурый офис, выйди на улицу – ощути ритм праздника TUBORG GREENFEST!

Разгони будни новым ритмом – "Будь у ритмі свята! Follow the rhythm!"

Готовься – твой город сотрясается в одном ритме, присоединяйся к нему, присоединяйся к ритму TUBORG GREENFEST!

TUBORG GREENFEST

Ти у ритмі СВЯТА!



Реализация концепции

Концепция *TUBORG GREENFEST* была реализована с помощью следующих инструментов:

- Промоанонсирование
- Концерт
 1. BTL активности
 2. Концерт с выступлением группы **STEEL BEAT, DJ**, фрик-балета, *выступление группы Stereo MCS*

ГЕОГРАФИЯ



4 крупных города Украины

- Днепропетровск
- Донецк
- Харьков
- Одесса



ПРОМОАНОНСИРОВАНИЕ

Ритм приближающегося праздника!



ПРОМОАНОНСИРОВАНИЕ

Описание механики:

В день мероприятия в каждом городе прошло промоанонсирование:

4 команды по 6 человек будоражили своим ритмом главные улицы города.

Каждый из участников шествия выполнял определённую миссию:

- у одного из участников команды в руках мегафон, в который он вещал о GREENдиозном событии и приглашал всех оторваться в одном пати-ритме
- в каждой команде было несколько профессиональных барабанщиков, которые отбивали на барабанах ритмы в стиле TUBORG

Также, за неделю до начала мероприятия, в каждом городе прошло анонсирование возле ВУЗов. Расклейка плакатов, раздача листовок.

АНОНСИРОВАНИЕ

Расклейка плакатов





ПРОМОАНОНСИРОВАНИЕ В ВУЗах



Харьков

TUBORG

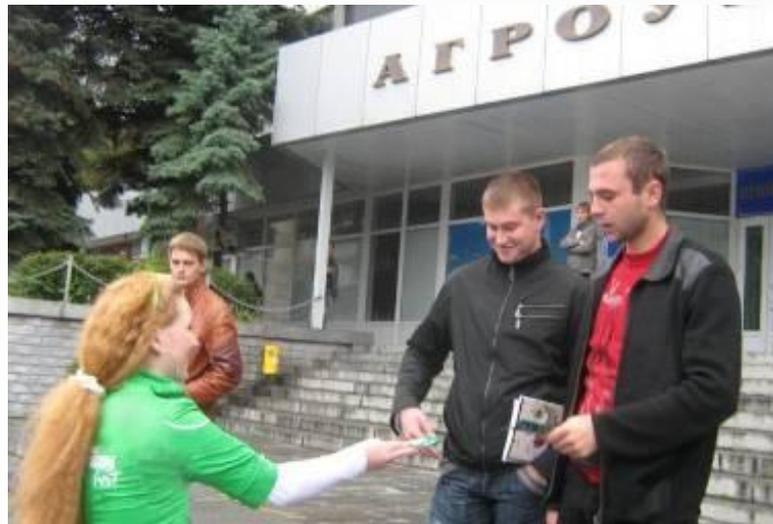


Донецк

TUBORG



Днепропетровск



Одесса



ПРОМОАНОНСИРОВАНИЕ

в день концерта



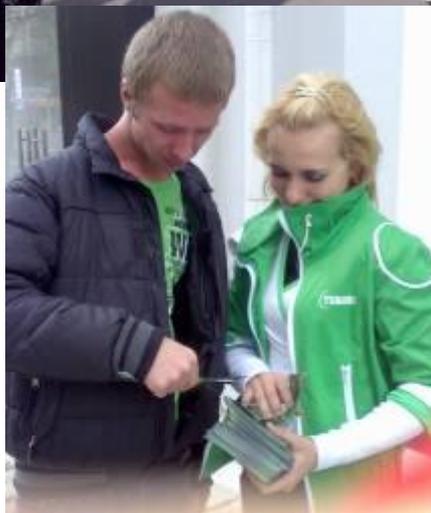
Харьков

TUBORG



Донецк

TUBORG



TUBORG



Днепропетровск

TUBORG



Одесса





КОНЦЕРТ

Ты в ритме GREEN FEST!



16:30 – 18:30 БТЛ активности

*18:30 – 19:00 Демонтаж зон, подготовка к
концерту, играет фоновая музыка,
продолжают работу некоторые
БТЛ- активности*

*19:00 – 20:30 шоу-программа (барабанщики
«Steel Beat», DJ, фрик-балет)
лазерное шоу*

20:30 – 21:30 выступление группы Stereo MCS

*21:30 – 21:45 завершение концерта,
Фейерверк*

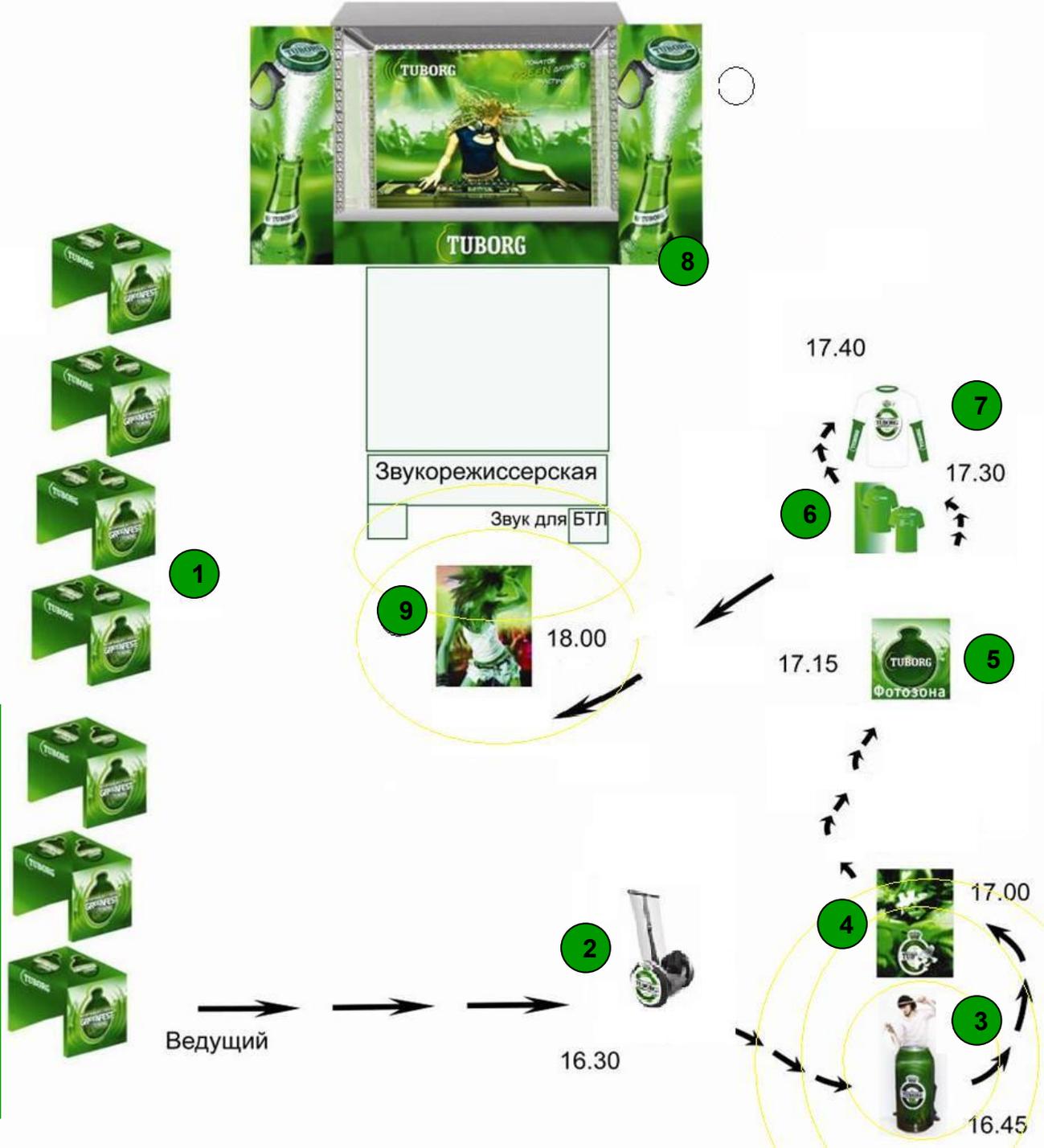
16:30

БТЛ активности

Схема

Фоновая музыка играет со сцены, играет не громко и не мешает остальным активностям, в которых используется звук. С звукорежиссёрской рубки играет музыка для активности "Уникальные движения", которая располагается рядом. Таким образом во время включения активности "Уникальные движения" музыка будет хорошо слышна для участников данной активности, фоновая музыка, продолжает играть со сцены.

- 1 – Точки Торговли
- 2 – Сигвеи
- 3 - Батл на бочках
- 4 – Пазл
- 5 – Фото-зона
- 6 – Зона обмена футболок
- 7 – Зона авторского реглана
- 8 – Сцена
- 9 – Уникальное движение



16:30 – 18:30

ОСНОВНЫЕ BTL АКТИВНОСТИ

Ты в ритме GREEN FEST!



Харьков

TUBORG



Общее количество выданных/полученных гринов и подарков Харьков



Активности	Кол-во полученных гринов	Кол-во выданных гринов	Кол-во выданных фотографий	Кол-во победителей	Кол-во выданных футболок	Кол-во выданных банок пива
Зона обмена пива на грины		1176				
Туборг фото зона	116		58			
Уникальные движения		60		30		
Музыка в ритме Туборг		107				
Зона обмена гринов на футболки	1000				200	
Перегонки на Сигвей	96			48		48
Пазл	108			44		88
Авторская футболка	48	32			24	8
Всего	1368	1375	58	122	224	144

Донецк



Общее количество

выданных/полученных гринов и

подарков Донецк



Активности	Кол-во полученных гринов	Кол-во выданных гринов	Кол-во выданных фотографий	Кол-во победителей	Кол-во выданных футболок	Кол-во выданных банок пива
Зона обмена пива на грины		1285				
Туборг фото зона	46		23			
Уникальные движения		30		15		
Музыка в ритме Туборг		56				
Зона обмена гринов на футболки	975				195	
Перегонки на Сигвей	192			48		48
Паззл	112			28		56
Авторская футболка	48	32			24	8
Всего	1373	1403	23	91	219	112

Днепропетровск



Общее количество выданных/полученных гринов и подарков Днепропетровск

Активности	Кол-во полученных гринов	Кол-во выданных гринов	Кол-во выданных фотографий	Кол-во победителей	Кол-во выданных футболок	Кол-во выданных банок пива
Зона обмена пива на грины		1386				
Туборг фото зона	106		53			
Уникальные движения		72		36		
Музыка в ритме Туборг		95				
Зона обмена гринов на футболки	1000				200	
Перегонки на Сигвей	192			48		48
Пазл	196			49		98
Авторская футболка	48	32			24	8
Всего	1542	1585	53	133	224	154



TUBORG



Общее количество

выданных/полученных гринов и

подарков Одесса



Активности	Кол-во полученных гринов	Кол-во выданных гринов	Кол-во выданных фотографий	Кол-во победителей	Кол-во выданных футболок	Кол-во выданных банок пива
Зона обмена пива на грины		1275				
Туборг фото зона	96		48			
Уникальные движения		48		24		
Музыка в ритме Туборг		160				
Зона обмена гринов на футболки	1000				200	
Перегонки на Сигвей	192			48		48
Пазл	176			44		88
Авторская футболка	48	32			24	8
Всего	1512	1515	48	116	224	144

Выводы

Подведя итоги, можно сделать следующие выводы:

1. Наиболее успешной активностью среди ЦА по критерию «**продажи продукта**» стала активность - **Обмен футболок**
 За время работы активностей во всех четырех городах были распространены 99,38% футболок
2. Наиболее популярной активностью по критерию «эмоциональная составляющая, количество зрителей» стала активность – **Уникальные движения**
 За время работы данная активность собирала вокруг себя огромное количество зрителей - танцы и музыка создавала веселую, позитивную атмосферу
3. По отзывам участников, наиболее неординарной активностью стала активность – **Перегонки на Сигвей**

Рекомендации

Подводя итоги, можно рекомендовать:

1. *Учитывая уровень заинтересованности ЦА некоторыми активностями на площадке, мы рекомендуем в будущем делать большое количество активностей на платной основе*

*Так, уже в процессе работы активностей принимались решения по переводу некоторых бесплатных активностей на платную основу, например – **Пазл, Конкурс авторской футболки***

2. *А в новых для ЦА активностях, таких как Сигвей порог участия делать более доступным, так как незнакомые виды развлечений иногда пугают ЦА, дороговизна окончательно отбивают желание испытывать данный вид активности*

Так, уже в первом городе тура, было принято решение снизить стоимость участия в этой активности (с 3-х гринов до 2-х)



Шоу-программа



Ведущий



ШОУ-ПРОГРАММА Харьков

TUBORG



Общее число зрителей 15 000 человек

ШОУ-ПРОГРАММА Харьков

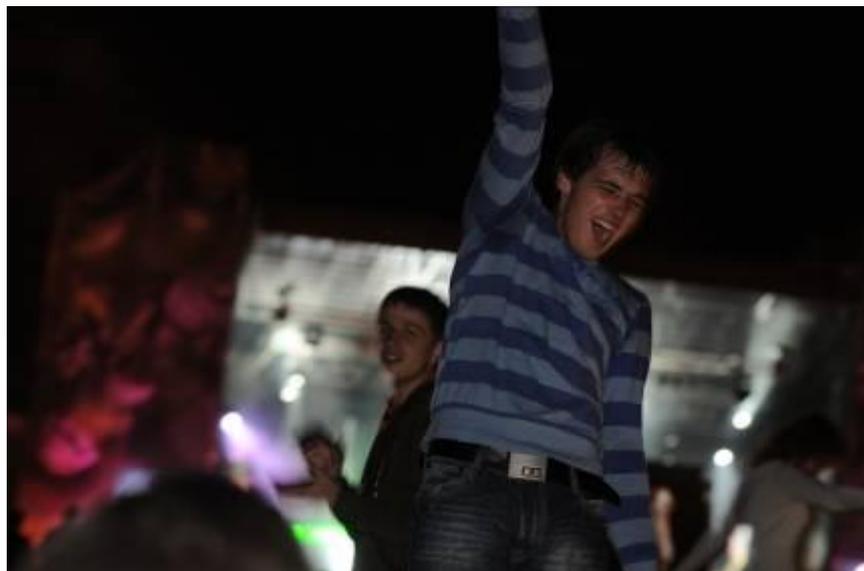


ШОУ-ПРОГРАММА Донецк



Общее число зрителей 7 000 человек

ШОУ-ПРОГРАММА Донецк



ШОУ-ПРОГРАММА Донецк



ШОУ-ПРОГРАММА Днепропетровск



Общее число зрителей 40 000 человек

ШОУ-ПРОГРАММА Днепропетровск

TUBORG



ШОУ-ПРОГРАММА Одесса



Общее число зрителей 20 000 человек

ШОУ-ПРОГРАММА Одесса



ШОУ-ПРОГРАММА Одесса



ГРАФИК и ЛОКАЦИЯ



№	Город	Дата концерта	Время	Место проведения	Кол-во зрителей
1	Харьков	25.Вер	19.00-22.00	Парк Горького	15000
2	Донецк	26.Вер	19.00-22.00	Парк Щербакова	7000
3	Днепропетровск	27.Вер	19.00-22.00	Фестивальный причал	40000
4	Одесса	28.Вер	19.00-22.00	Куликово поле	20000

Всего

82000

Выводы



Подведя итоги, можно сделать следующие выводы:

1. Самым удачным выбором, по критерию «соотношение: цена – эмоциональная реакция на выступление», стали команды «Стил Бит», диджей Габи Ньюман
2. Предложенная концепция «Будь у ритмі свята! Follow the rhythm!» удачно воплотилась на всех этапах проекта от анонсирования (команды с барабанщиками), до открытия концертной программы (выступление команды «Стил Бит»)
3. Инновационное решение «3-д ведущий» вызвало бурю позитивных эмоций у зрителей
4. Наиболее удачным выбором локации можно назвать: г. Днепропетровск Фестивальный причал
5. Самые низкие показатели по посещаемости показал город Донецк (парк Щербакова)
6. Завершение концертной программы лазерным шоу и фейерверком закрепило положительные впечатления от шоу

Рекомендации

Подведя итоги, можно рекомендовать:

- 1. Для того что бы избежать ситуацию, которая сложилась в Донецке (маленькая посещаемость мероприятия) мы предлагаем усилить в данном городе анонсирующую кампанию, предусмотреть резервную команду промоутеров в день мероприятия, активнее анонсировать не только событие, но и возможность получить подарок, анонсировать весь перечень выступающих артистов*
- 2. При выборе артистов для шоу, избегать малоизвестных команд оригинального жанра (наш потребитель, как показал опыт, воспринимает такие выступления не однозначно)*
- 3. По возможности увеличивать количество часов работы активностей, как показал опыт оптимальное время работы активностей 3,5 – 4 часа*

Спасибо за внимание!