



IQ Marketing



ARTYŚCI DLA JACOBS

KAMPAANIA ZINTEGROWANA

KLIENT: MONDELEZ INTERNATIONAL (KRAFT FOODS) **MARKA:** JACOBS KRÖNUNG

CEL:

Budowanie wizerunku kawy Jacobs, jako marki, która łączy bliskich sobie ludzi, tworzy radosną, przyjazną i ciepłą atmosferę, inspirowane do twórczego działania.

ROZWIĄZANIE:

W naszej kampanii postanowiliśmy pokazać bliskich sobie ludzi, których łączy nie tylko rodzinna więź, ale również wspólne zainteresowania, ludzi którzy spotykają się przy filiżance kawy i podczas tych spotkań powstaje coś wyjątkowego. Do współpracy przy kampanii zaprosiliśmy trzy pary znanych artystów: Katarzynę Grocholę i Dorotę Szelągowską, Natalię i Paulinę Przybysz, Anitę Lipnicką i Johna Portera. Podczas wspólnych spotkań artyści zaprojektowali unikalną kolekcję puszek na kawę, pokazując nam swój świat.

„Stworzone z bliskości”, ceramiczne puszki stały się głównym elementem kampanii promocyjnej Jacobs Krönung. Aby je zdobyć, należało kupić łącznie 2 kg kawy Jacobs i wymienić puste opakowania na puszkę. Wymiany można było dokonać w wybranym salonie prasowym Inmedio lub Relay na terenie całej Polski lub za pośrednictwem poczty. Do odbioru czekało 75 tys. puszek w trzech różnych wzorach, sygnowanych nazwiskami twórców. Kampania promocyjna wsparta została zintegrowaną komunikacją BTL, ATL i on-line z udziałem artystów.

KOMUNIKACJA:

ATL: 3 spoty TV, reklama w prasie, niestandardowy outdoor

BTL: POSM i opakowania promocyjne

ON-LINE: strona www.jacobsart.pl, kampania we wszystkich ważniejszych serwisach internetowych