

# #CocaColawowhetked

KLIENT: COCA-COLA

Näiliselt kitsale partnerite ringile suunatud tänuüritusest kujunes tänu oskuslikult kujundatud kampaaniale tõeline meediahitt.

## EESMÄRK

Kinnistada partnerlussuhet mitteametlikus suvelõpuformaadis.

Lua Coca-Cola tulevaste kampaaniate suhtes potentsiaalselt positiivselt meelestatud ajakirjanike võrgustikku.

Tagada sündmuse eksklusiivsus nii toimumispaiga ligipääsmatuse kui salapärase peaesineja abil.

Võimendada terve suve väldanud sotsiaalmeediakampaaniat.

Seostada Coca-Cola kuvand muretu ja võimalusterohke eluga.

Tuua otsese meediakajastuse kaudu kaubamärgi sihtgrupi jaoks pildile.

## ELLUVIIMINE

Tallinna lahele kolmetunnilisele paadireisile kutsutud 80 inimest ei tundu ehk arvuliselt palju, ent kuna nende sekka kuulusid avaliku elu tegelased ja laia tarbijaskonnaga meediakanalite esindajad, ulatus sündmuse haare sadade tuhandete potentsiaalsete tarbijateni. Teisalt säilis eraldatud atmosfääris hädavajalik eksklusiivsus, mida võimendasid Enn Tobrelutsu kõrgekvaliteediline toidumenüü, trendikad kokteilid ja muidugi mulluse suve koduse muusikamaailma eredaim komeet Nublu.

Integreerisime koosviibimise sujuvalt sotsiaalmeedias kulutulena leviva teemaviitega, ent tõelise hoo andsid sõnumi levimisele mõistagi sisse meelelahutusajakirjanikud, kes merereisi ja valitud seltskonda siiralt nautisid. Just orgaaniline meediakajastus viis kuvandi hästi õnnetunud üritusest massidesse võrratult efektiivsemalt, kui rahahõnguline reklaam- või sisuturundusklipp seda eales suutnuks.

## TULEMUSED

Eesmärk tänada partnereid koos veedetud hetkede eest ja suvi ühiselt väärikalt lõpetada sai kahtlemata täidetud, kuid veelgi olulisemaks tasub pidada ülevoolavalt positiivset meediakajastust. Riigi vaadatuim uudistemagasin „Suvereporter“ pühendas sündmusele 11-minutilise saatelõigu, samuti jõudsid videod ja pildigaleriid mõlema turgu valitseva meediagrupi veebiväljaannetesse ja juhtiva seltskonnaajakirja Kroonika külgedele. Paati ilustanud Coca-Cola märgid murdsid nii välja tavapärasest reklaamidiskursusest ja seostusid otseselt igakülgsest laheda elustiiliga.