

JAKO V BARU! DAGO VSADILO V SHOP-IN-SHOPU PRO TONIK KINLEY NA KREATIVITU

Kreativita zpracování vystavení je přímo úměrná odvážnosti zadavatele. A u Coca-Cola HBC toto pravidlo rozhodně platí a funguje. Důkazem toho může být nový shop-in-shop pro jeden z vlajkových nealkoholických produktů, a tím je tonik Kinley.

DAGO pracovalo s poselstvím kampaně Kinley, která zákazníkům připomíná, že je důležité myslet i na sebe a po náročném pracovním dni se odměnit třeba míchaným drinkem v baru s přáteli. Značka samotná prošla v loňském roce výraznou změnou v podobě nové vizuální identity i chuti, tímto krokem navíc ještě více posílila pozici českého lídra na trhu syce-ných nápojů pro dospělé. Dále Coca-Cola HBC dosáhla dohody o akvizici Brown-Forman Finland Oy, vlastníka značky Finlandia. Uvedená transakce vytvořila pro společnost Coca-Cola HBC jedinečnou příležitost, aby se stala předním partnerem pro nápoje 24/7.

Zmíněné nealkoholické a alkoholické portfolio dalo příležitost prezentovat jejich vhodné propojení pro míchané nápoje i na prodejní ploše. Dominantní



Foto: DAGO

interaktivní stojan je hlavním prvkem působivého shop-in-shopu. Elegantní barové zákoutí nabízí vše, co jako host potřebujete – pohodlné barové židličky, stolek s drink menu a také pestrou nabídku alkoholických a nealkoholických nápojů, které spolu velmi dobře fungují. Klíčovým prvkem vystavení je dotykový displej s naprogramovanou webovou microsite. Ta nabízí výběr receptu na těle stojanu, a navíc zákazníka navede na jeho umístění produktu v rámci vystavení. Celkové provedení shop-in-shopu je výsledek náročného projektu, který se může pyšnit zajímavým technologickým řešením, kombinací kvalitních permanentních materiálů a detailním provedením. Rohové LCD obrazovky doplňují celistvost technologického řešení a lákají právě na osvědčené drinky a kombinace. Večerní atmosféru si mohou vychutnat zákazníci hypermarketu Albert Česká republika v Praze, Brně, Plzni, Liberci a Hradci Králové.