



Kıbrıs Raki Festivali



Yer

KIBRIS

Tarih

23 Mayıs – 31 Mayıs 2014



BRIEF

Kıbrıs'taki on trade noktalarda; rakı tüketimini artırırken Premium markaları ön plana çıkaran, bira noktalarına rakı penetrasyonu sağlayan, yerli - yabancı turiste dokunan, interaktif uygulamalarla tüketici ile duygusal bağ kurarken 2013'e kıyasla satış artışı elde edecek bir proje talep edildi.

STRATEJİ

Tüketicilere; "Senin Seçimin, Senin Festivalin" konsept mesajı ile seslenilmesine karar verildi. 90 gün boyunca sürecek; outdoor meca tanıtımları, off trade noktaları ve duty free duyuruları, on trade nokta aktiviteleri, saha etkinlikleri, dijital tanıtımlar, interaktif uygulamalar ve PR çalışmaları ile tüketicilere ulaşacak; ulaşırken onların da fikri özellikle sosyal medya kanallarımızdan alınarak kurugular oluşturulacak. tercih hakkını tüketiciye verirken rakı satışını arttıracak ve bira noktalarına penetrasyon sağlayacak bir iletişim kurgusu planlandı.

UYGULAMA

Sosyal medyada Kıbrıslılara, festivalde hangi sanatçıları istedikleri soruldu, "Senin Seçimin Senin Sofran" uygulaması ile Kıbrıslılar, en iyi rakı sofrasını kurmak için yarıştı; Dev KRF Heykeli ile çekilen fotoğrafları ile yarışarak sanatçılar ile tanışma hakkı kazandı. Off trade ve duty free'de teşhir ve branding uygulamaları ve POSM kullanımı ile tanıtımlar yapıldı. On trade'de dağıtılan 30.000 adet "Kıbrıs Meyhaneler Rehberi" ile 40 rakı noktası tanıtıldı; tüketicilere Rakı Ansiklopedisi ve Rakı Eğitim Sertifikası verildi. Karikatürist, Falcı, Hatıra Fotoğraf Kurguları ile duygusal bağ kuruldu. 10 gün boyunca yapılan geleneksel medya tanıtımlarıyla kapanış kutlamaları duyuruldu. 31 Mayıs etkinlik gününde, Rakı Atölyesini ziyaret eden konuklara rakı üretimi anlatılırken kendi isimlerine özel şişeler üretildi. Eldekeyif ve Rakı kokteyl satışı ile bira noktalarına penetre edildi. Kutlamalarda, yerel gruplar sonrası Kıbrıslıların seçimi olan Gripin ve Bengü konserleri gerçekleştirildi.

SONUÇ

KRF 2014'de; dijital uygulamalar, yarışmalar ve sosyal medya tanıtımları ile 4.059.811 kişiye ulaşıldı, "Senin Seçimin Senin Sofran" yarışmasına 3.200 kişi katılırken, 62.676 etkileşim sağlandı. Toplam 55 on trade noktasında gerçekleştirilen aktiviteler ve mini festivaller ile 44.000 kişiye ulaşıldı. Önceki seneye oranla ziyaret edilen nokta sayısında %72, noktalarda ulaşılan kişi sayısında %120 ve rakı satışında %97 artış sağlandı. Festival ile ilgili yazılı basın, internet yansımaları ve TV röportajları olarak yayınlanan 115 haber ile geçen seneye göre %26 artış sağlandı. On Trade noktalarının dışına kurulan ek barlardan satılan 1.000'in üstünde bardak rakı ile nokta penetrasyonu sağlandı. Kapanış günü kutlamalarına gelen 15.000 kişi ile önceki seneye oranla %88 daha fazla katılım sağlanırken, kişi başı maliyet (CPP) 2013'e oranla %43 daha az gerçekleşti. Festival sonrasında, daha önce rakı satışı yapılmayan 7 farklı bira noktası ile anlaşma sağlandı.