

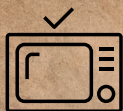
# REBRANDINGEM

PROTI PROUDU  
SVĚT SE ZRYCHLUJE,  
MY ZPOMALUJEME.



ROYAL  
CROWN®  
Cola

KAMPAŇ ZALOŽENÁ NA RE-LAUNCHI  
PRODUKTU A VYBUDOVÁNÍ ZNAČKY  
NA NOVÝCH UNIKÁTNÍCH HODNOTÁCH:  
NOVÝ KONCEPT, RECEPTURA,  
PACKAGING, DISTRIBUCE I KOMUNIKACE.



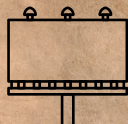
TV



online



kino



OOH



on-trade + off-trade POS



events



trade promo  
materiály

## VÝSLEDKY KAMPAŇE:

ZA ROK A PŮL (2015–2017) SE PODAŘILO KOMPLETNĚ ODKOMUNIKOVAT ZNAČKU  
INTERNÍM TÝMŮM A DÍKY TOMU ÚSPĚŠNĚ VYBUDOVAT NOVÝ DISTRIBUČNÍ MODEL (GASTRO SÍŤ).

DO KONCE ROKU  
**2017** BYLO **6 763** GASTRO  
ZAPOJENO ZPROVOZOVEN

(zdroj: Kofola, 2019).

V Q4 ROKU 2019 **11%** TRŽNÍHO  
OBSAZENO PODÍLU

(numerická distribuce gastro, zdroj: Data servis, 2020).

OBCHODNÍ TÝMY NÁSLEDNĚ UVEDLY V ŽIVOT I **RETAIL PRODEJNÍ SÍŤ**.

HODNOTOVÝ PODÍL  
VE FORMÁTECH

**0,33 L**

(PRODANÝCH JEDNOTLIVĚ,  
BEZ MULTIPACKŮ)

POUZE  
V HYPERMARKETECH  
DOSÁHL V

**Q4 2019**

**32,4%**

TO ZNAMENÁ, ŽE LIDÉ NAKUPUJÍCÍ KOLU 0,33 L V HYPERMARKETU  
UTRATILI **TŘETINU ZA ROYAL CROWN COLU!**

## STANOVILI JSME SI ZA CÍL

ÚSPĚŠNĚ PRODÁVAT  
NOVÝ PRODUKT S MINIMÁLNĚ

**3X VĚTŠÍ  
MARŽÍ**

NEŽ U PŮVODNÍ RC COLY.

V ROCE  
**2019** UŽ  
MŮŽEME  
REPORTOVAT  
INDEX  
**4,9!**



2016: 1



2017: 1,5



2018: 3,4



2019: 4,9

## DOPAD KAMPANĚ

V ROCE 2018 ZNAČKU  
ROYAL CROWN COLA  
(REBRANDOVANOU) ZNALO  
V CÍLOVÉ SKUPINĚ KONZUMENTŮ  
KOLOVÝCH NÁPOJŮ VE VĚKU

**25 AŽ 40 LET 41 %**

PO ÚNOROVÉ  
KAMPANI  
V ROCE 2019  
UŽ TO BYLO

**51%**



VYBUDOVALI JSME UNIKÁTNÍ HODNOTY  
A ASOCIACE SPOJENÉ S PRODUKTEM.



**77%**

RESPONDENTŮ Z CÍLOVÉ SKUPINY  
KONZUMENTŮ KOLOVÝCH NÁPOJŮ VE VĚKU  
25 AŽ 40 LET DEKLARUJE, ŽE ROYAL  
CROWN COLA JE „AMERICKÁ“

**68%**

„KLASICKÁ“

**67%**

„OPRAVDOVÁ“

(zdroj: Adtrix Médea)

## A CO DÁL?

KONCEPT I KOMUNIKAČNÍ KAMPAŇ BUDOU DÁLE PŘEVZATY  
V DALŠÍCH EVROPSKÝCH ZEMÍCH –  
AKTUÁLNĚ BELGIE, FRANCIE, DÁNSKO A RUMUNSKO.

**WMC | GREY**