

Jak Shockovat kategorii ledové kávy

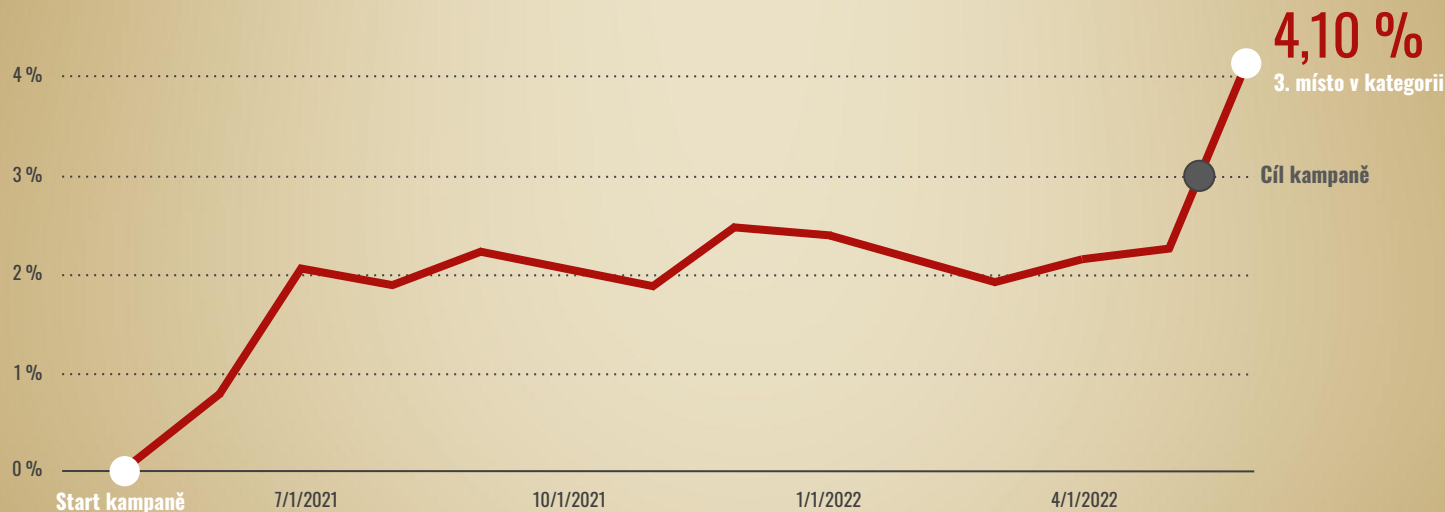
**BIG
SHOCK!**

ZARAGUZA



Vývoj tržního podílu

Od spuštění prodeje do června 2022, units

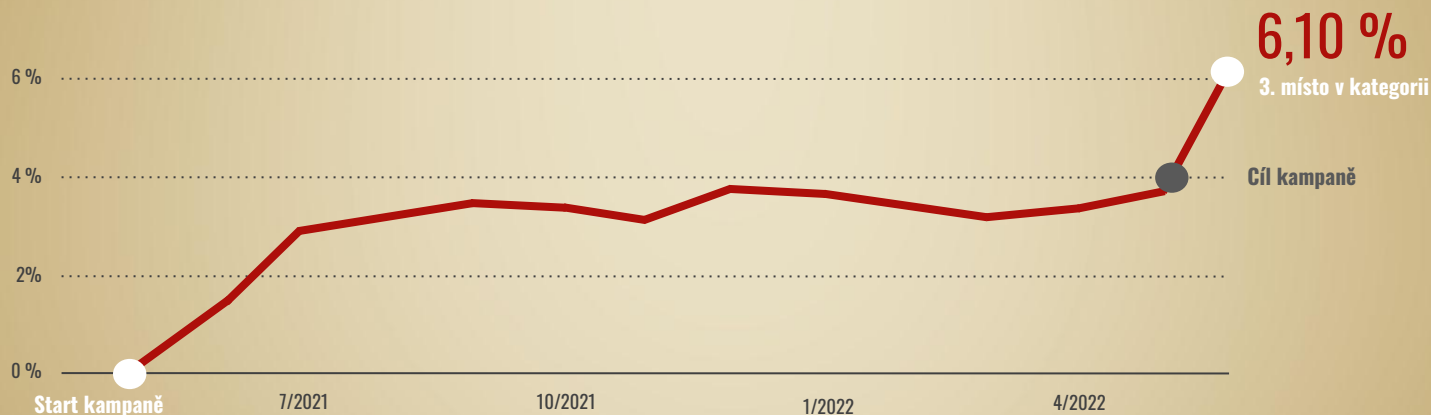


Zdroj: Nielsen obchodní data, 2022

Behem první roku na trhu se nám i díky efektivní launchovací komunikaci podařilo **obsadit 3. místo na trhu** co se počtu prodaných produktů týče.

Vývoj tržního podílu

Od spuštění prodeje do června 2022, value



Zdroj: Nielsen obchodní data, 2022

Nebylo to ale tím, že bychom prodávali za levno. Ve value jsme ukořistili ještě dokonce o několik procentních bodů větší část trhu a obsadili jsme 3. pozici v rámci celé kategorie.

Komunikační výsledky

Výsledky post testového měření komunikace u české populace

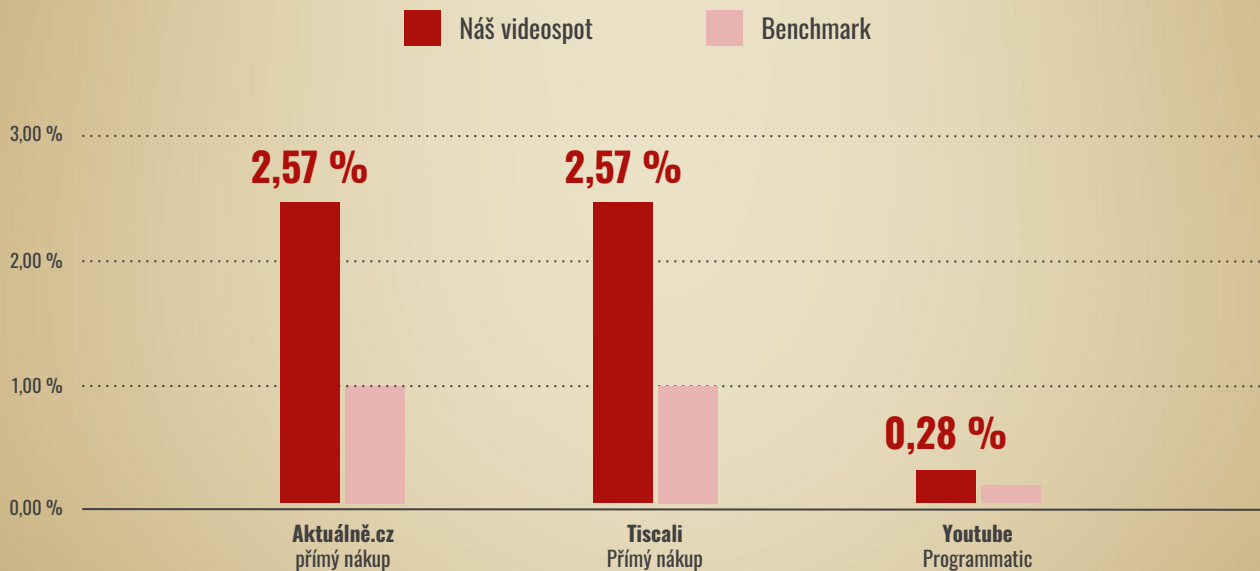


Zdroj: Publicis StarTrack, 2021

Launchovací kampaň měla nad očekávání dobré výsledky. Kampaň si vybavilo 21 % respondentů, čímž jsme splnili náš cíl 20 % stanovený před kampaní. Téměř polovině z nich se náš spot líbil a více než třetina měla po zhlédnutí spotu zájem náš produkt vyzkoušet. Přesně toto jsou výsledky, které by měla dodat efektivní launchovací kampaň (minimálně v našem mediálním nasazení).

Online výsledky

Proklikovost formátů



Kampaň nebyla efektivní jen na ATL úrovni, ale také v digitálním prostředí. Náš spot měl násobně lepší proklikovost, než co uvádí online benchmarky. Naše komunikace tak dokázala vyvolat u diváků nadstandardní zvědavost, která se odrazila na nadstandardních obchodních výsledcích.

Obchodní výsledky

Splnění klíčového business cíle - **profitabilita projektu rok od spuštění**

SPLNĚNO

DOSAŽENÍ
BODU ZVRATU

ROK 2021

ZISKOVÝ
PROJEKT

ROK 2022

SPLNĚNO

Zdroj: Interní klientská data, 2022

Nejdůležitější však bylo, že projekt Big Shock! Coffee dává businessově smysl a že i česká značka může vstoupit do nové kategorie plně globálních hráčů. V prvním launchovacím roce jsme se totiž finančně dostali na nulu a už teď víme, že rok 2022 bude ziskový.

**BIG
SHOCK!**

