

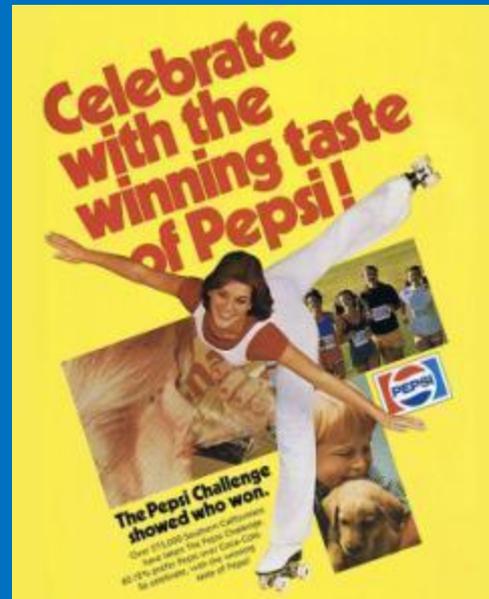


PEPSI TASTE CHALLENGE

BTL

ИСТОРИЯ КАМПАНИИ

В 1975 году Pepsi впервые провел Pepsi Challenge в США, чтобы продемонстрировать свой прекрасный вкус миру. С этого дня Taste Challenge – одна из самых ярких и запоминающихся кампаний бренда.





2019 ГОД – ПРОГРАММА ПРИХОДИТ В Таджикистан

ЦЕЛЬ ПРОГРАММЫ:

Это развлекательное мероприятие, направленное на стимулирование потребителей - участников тестирования - определить, вкус какой колы им больше нравится. Поскольку до момента выбора участники не видят бренд, который они пьют, результаты теста часто оказываются для потребителей сюрпризом и позволяют им видеть, что их фактические предпочтения могут отличаться от того, что они ранее думали.



СЛОГАН КАМПАНИИ

ПУСТЬ ВКУС
РЕШАЕТ



СРОКИ И ГЕОГРАФИЯ ПРОВЕДЕНИЯ

- **СРОК ПРОВЕДЕНИЯ:**

Дегустации:

- С 1 июля 2019 года по 15 июля 2019 года
- Анонсирование результатов:
- С 25 июля 2019 года по 30 августа 2019 года

- **ГЕОГРАФИЯ:**

- 2 центральных города



1 июля – 15 июля. 2 недели. 2 ГОРОДА 5 000 КОНТАКТОВ

Fact 2018 Secondary per Regions	Доля продаж по регионам /%	Распределение респондентов	Кол-во центров на город
Душанбе	50%	3500	4
Худжанд	13%	1500	2
Total	63%	5000	6

GEOGRAPHIC CRITERIA – RECOMMENDED SPOTS

SUMMER RESORTS



CONCERTS & FESTIVALS



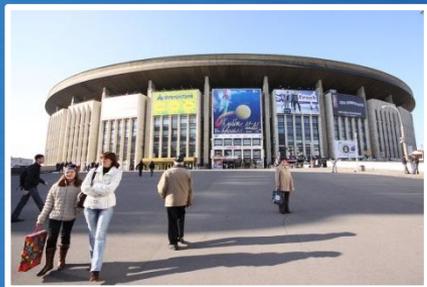
CITIES





РАСПОЛОЖЕНИЕ ПРОМОКОМАНД (МЕСТА)

На проходе к
мероприятиям/ фестивали



Концерты,
фестивали,
спортивные
мероприятия,
дни города

Парки



В парках или на
подходе

Пляжи



Варзоб

Торговые центры



На подходе к
торговым
центрам





МЕХАНИКА ДЕГУСТАЦИЙ

1

Участник отвечает на вопрос о предпочитаемом вкусе колы, предоставляет данные и подписывает распечатанное согласие на обработку персональных данных



2

Промоутер внутри стойки открывает две банки (одна – Pepsi, другая Соса-Кола), и, не показывая их никому, наливает из каждой банки в небрендированные стаканы
Каждая банка закрывается непрозрачным тубусом



3

Участнику предлагается попробовать колу из двух небрендированных стаканов. Участник делает свой выбор, исходя из собственных вкусовых предпочтений



4

После того, как участник сделал свой выбор, указав предпочитаемый вкус колы, промоутер поднимает тубус и показывает участнику, колу какого бренда он выбрал. По запросу промоутер может так же продемонстрировать, какой бренд находится под вторым тубусом





ПРОМОТЕКСТ

Этап 1 (перед дегустацией)

Мы спрашиваем участника перед дегустацией: «**КАКУЮ МАРКУ КОЛЫ ВЫ ОБЫЧНО ПРЕДПОЧИТАЕТЕ?**»

В зависимости от вариантов ответов, мы предоставляем участнику следующую информацию





ПРОМОТЕКСТ

Этап 2 (после дегустации)

Участник делает свой выбор любым способом (устно, показывая рукой)

Промо- текст: **«ДАВАЙТЕ ПОСМОТРИМ, ЧТО ТАМ...»**

В зависимости от изначальных предпочтений, варианты:





ПРОМОТЕКСТ – ПРИГЛАШЕНИЕ

Добрый день! Приглашаем вас
принять вызов Pepsi!

А что это такое?

Сегодня Pepsi предлагает вам принять вызов и выяснить, какой вкус колы вам действительно нравится. Ваш выбор может оказаться сюрпризом для вас!

Но я и так всегда покупаю Пепси...

Отлично! Спасибо за ваш выбор!
Подходите и проверьте себя!

Добрый день! Приглашаем вас
принять вызов
Pepsi!

**"Пепси"?! Невозможно, я пью только
Кока-Колу!**

Это хороший выбор! Но мы
предлагаем вам проверить себя –
возможно ваш вкус решит иначе

Добрый день! Приглашаем вас
принять вызов Pepsi!

Нет, спасибо, я не пью колу.

Возможно сегодня тот день, когда
стоит попробовать! Приняв вызов
Pepsi, вы не только сможете выяснить,
какой вкус колы вам нравится
больше, но и получить подарок



ТРЕБОВАНИЯ К ПРОДУКТУ

Для корректного принятия выбора участником дегустации, оба тестируемых образца должны быть в одинаковых условиях, в частности:

- Температура напитков 8-9С (напитки ставятся в холодильник заблаговременно и температура дегустируемых напитков регулярно проверяется специальным термометром)
- Свежесть напитков (разница в сроке производства – в рамках 1-2 недель)
- Степень аэрации напитков (напиток используется для тестирования сразу после открытия банки. Хранение открытой банки – одной или обеих – не допускается. После тестирования продукт, в т.ч. который остался в открытых банках – утилизируется. Новое тестирование производится из новых банок.
- Использование одинаковых форматов упаковок напитков - ПЭТ 500 мл
- Расположение банок в дегустационной панели находится в регулярной ротации (право-лево)



ТРЕБОВАНИЯ К ПОВЕДЕНИЮ КОМАНДЫ НА ПЛОЩАДКЕ

- Команда ведет себя позитивно и нейтрально, вне зависимости от выбора бренда участником
- Персонал никаким образом не влияет на решение участника, не подсказывает и не намекает на бренд.
- Персонал не произносит вслух название конкурента
- Персонал не употребляет в речи негативного сравнения с конкурентом
- Персонал не может говорить, даже по завершению теста, что Pepsi вкуснее
- Персонал не может говорить, даже по завершению теста, что Pepsi лучше
- Персонал не дает участникам тестирования заглядывать внутрь стойки до проведения тестирования



СБОР ДАННЫХ УЧАСТНИКОВ

- Для корректной коммуникации результатов дегустации/тестирования, каждый участник тестирования заполняет анкету и согласие на обработку персональных данных.
- Все данные, полученные от участников, дублируются: электронная база и бумажная версия

Число и месяц	
ПРОМО Точка адрес	
Фамилия	
Имя	
Отчество	
Номер телефона	
Электронный адрес	
Ответ по выбору	
Подпись	



ОБОРУДОВАНИЕ

BTL



TASTING STAND



MOBILE TASTING STANDS



EVENT UNITS



FLEET



ADDITIONAL BRANDING EQUIPMENTS



UNIFORMS

TASTING STANDS

SAMPLES PREPARATION ZONE (REAR PART)

Must stay hidden at the rear part of stand.

ROTATIONAL TRAY

With cuts designed for cans and cups



CAN COVERS
Removed after
preferred taste is
selected.



TASTING STANDS

REFRIGERATOR

WIRING

CAN COVERS

PLASTIC CUPS

UTENSILS FOR USED LIQUIDS

CAN OPENERS

LIQUID THERMOMETER

CLEANING SET

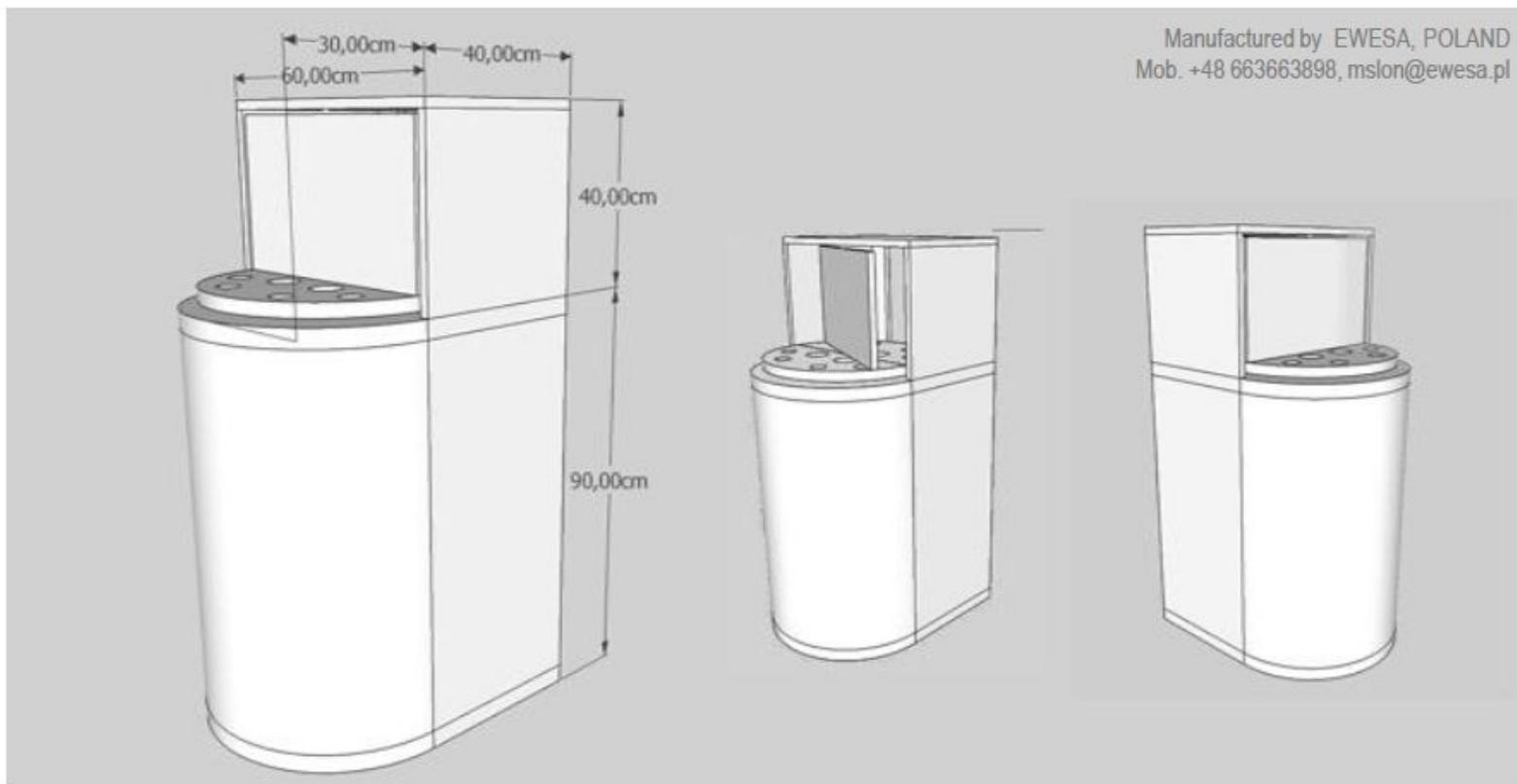


TASTING STANDS – GRAPHIC DESIGN



*REFERENCE IMAGERY
– HIGH-RES VISUALS & CONSTRUCTION SIZES WILL
BE SHARED (WIP)

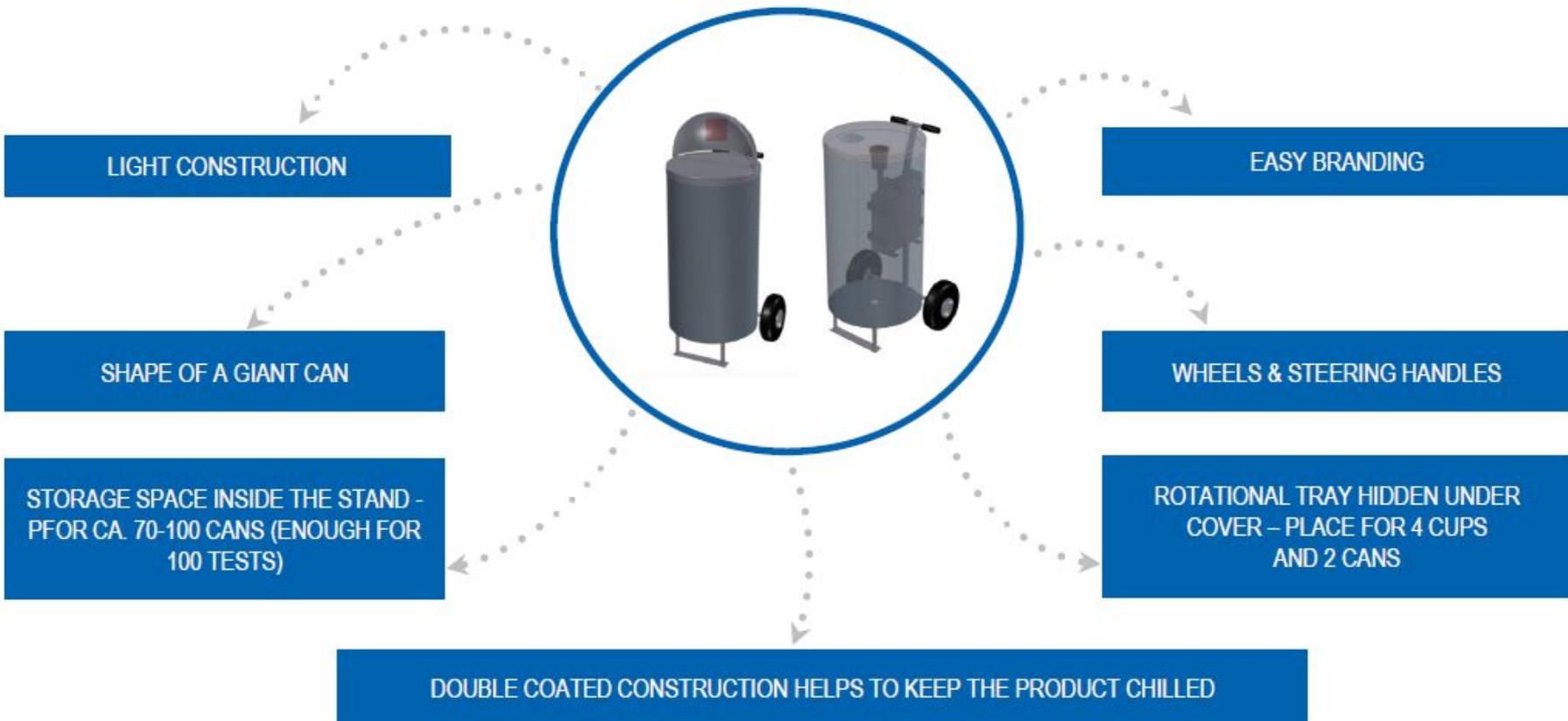
TASTING STANDS – BASIC TECHNICAL INFORMATION



TASTING STANDS – BASIC TECHNICAL INFORMATION



Manufactured by EWESA, POLAND
Mob. +48 663663898, mston@ewesa.pl

NEW MOBILE TASTING STANDS

NEW MOBILE TASTING STANDS

STORAGE SPACE FOR 70-100 CANS

HALF-DOMED SHAPED COVERS

PLACE FOR PLASTIC CUPS & CANS

WEIGHT APPROPRIATE FOR MOBILE EQUIPMENT

WHEELS & STEERING HANDLES



WATCHOUT:

Mobile stand are coolers not refrigerators! They keep the temperature but not cool down! Make sure the cans placed inside the stand are cold.

NEW

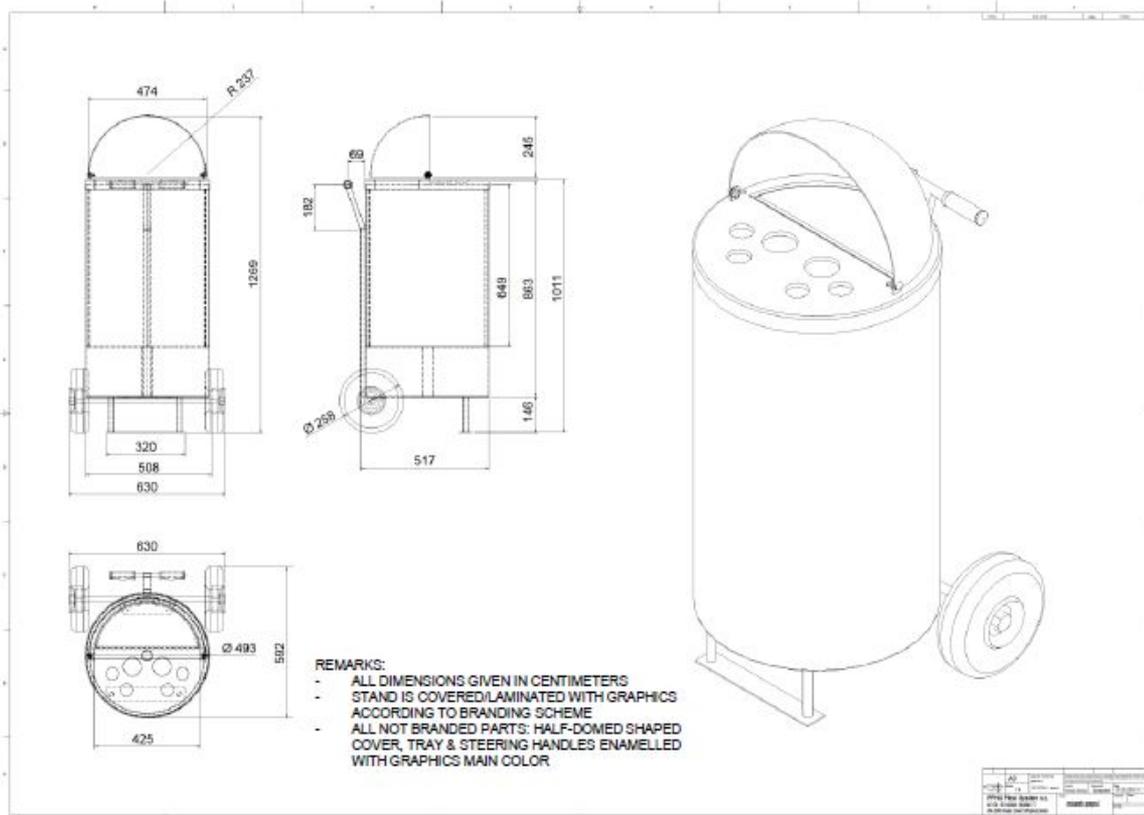
MOBILE TASTING STANDS - GRAPHIC DESIGN



*REFERENCE IMAGERY – HIGH-RES VISUALS & CONSTRUCTION SIZES WILL BE SHARED (WIP)



MOBILE STANDS – BASIC TECHNICAL INFORMATION



Manufactured by
EWESA, POLAND
Mob. +48 663663898, mslon@ewesa.pl

EVENT UNITS - EXAMPLES



EVENT CONTAINERS



TENTS

EVENT UNITS – CONTAINER



EVENT UNITS – TENTS



EVENT CONTAINERS – GRAPHIC DESIGN (BLUE)



*REFERENCE IMAGERY – HIGH-RES VISUALS & CONSTRUCTION SIZES WILL BE SHARED (WIP)



КОМАНДА

BTL

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ОБЯЗАННОСТЕЙ

АГЕНТСТВО

- Изготовление промо-палаток
- Логистика
- Предоставление промо персонала: супервайзеры и промоутера
- Изготовление промо униформы
- Мониторинг промо персонала
- Фотоотчет на еженедельной основе
- Фотоотчет для соц. сетей : 20 фотографий каждую неделю
- Закрашивание крышки Coca Cola и отрывание этикеток (серый цвет, примерное кол-во 5000-6000 штук 0,5Л бутылки)
- Изготовление тубы, закрывающей продукт (примерно, 6 000 штук)
- Договоренность с точками
- Извещение организатора о любых происшествиях на любой точке в онлайн режиме

ОРГАНИЗАТОР

- Предоставление продукта для тестирования
- Договоренность с точками раздачи призов (частично с супермаркетами)
- Мониторинг агентства
- Обеспечение агентства планшетами и проведение тренинга для промо персонала
- Решение легальных вопросов по кампании



СПАСИБО