

応募者ID 92E0384A4F



#### 【コンセプト】

# 想い出はコカ・コーラとともに

#### 【企画内容】

コカ・コーラのポイントを集めて、オリジナルの卒業ムービーをプレゼントとする企画。

Webサイトを開設しに写真をアップしそれをムービーにして世界にひとつだけの思い出にする。



# oca Cola

#### 【目的】

#### ティーンの飲用者・飲用頻度の拡大。

#### 【対象】

卒業を控えた高校三年生。 クラス、部活、仲良しグループなどグループ単位での参加

#### 【実施期間】

6月~12月

#### 【対象商品】

コカ·コーラペットボトル全商品(ID印字分)

(例) コカ・コーラ1500ml、コカ・コーラ500ml、コカ・コーラ300ml、コカ・コーラ ゼロ1500ml、コカ・コーラ ゼロ500ml、コカ・コーラ300mlなど



・グループ単位で登録してサイトに写真をアップ。 ・一定の応募ポイントに到達したらオリジナルの卒業ムービーをプレゼントする。



### ポイントの収集

·ポイントはIDとして1キャップ=1ポイントとして加算し、WEBサイトに入力していく。



# 卒業ムービープレゼント

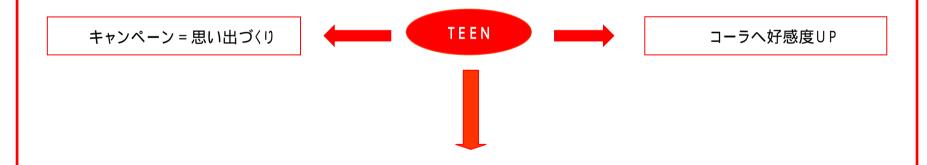
・webサイトにアップされた写真から、ムービー用の写真として使用する。
・卒業ムービーには コカ・コーラのイメージソングにのせて写真と参加者の氏名などを記載する。
・制作した卒業ムービーは卒業式前にサイトにアップする。(ダウンロード可能)

# キャンペーンの目的はティーンの飲用者・飲用頻度の拡大

# コーラのボトルを青春の象徴に!

キャンペーンのキーポイントは<mark>オリジナルの卒業ムービー。</mark>学校でもらう卒業にアルバムではなく、ユーチューブなどで動画に 身近に接している若者たちのニーズにこたえられるプレゼントであることが一番のキーポイントです。

つまり、このキャンペーンは参加者にとって、キャンペーン開催時にはティーン向けの **コカ・コーラのプロモーション**であるととも に、 **生涯の顧客獲得を目的とした**、時を超えて2段階のプロモーションになる仕掛けになっています。



キャンペーン時での売り上げの確保 と 生涯ファンの獲得



【キャンペーン効果予測】

若者に愛されるコカ・コーラのブランディング

ティーンの飲用機会の拡大

若者に特化したプロモーションという差別化による話題性

今までにない「コト・モノ」の融合されたプレゼントによる応募意欲の向上

国民的イベントに成長させることで得られる広告効果