

日本コカ・コーラ

20代の社会人がジョージアを
飲まずにいられなくなるアイデア



ID : 5E7AF366DA②

今までジョージアを飲まなかった人が
飲まずにはいられなくなる ようにするには、
単に味の良さを伝えるだけでいいのでしょうか？

必要なのは、ジョージアの強烈な印象づけ。



インパクトのある体験

とともに、ジョージアを飲んでもらいましょう！



インパクトのある体験として

ちょっとビターな成功体験

をしてもらいます。

たとえば——

初対面の人とコミュニケーションを
とらなければならない時。
そんな状況でジョージアを飲むことを通じて
互いに打ち解けていく体験をしてもらいます。



ターゲットは

社会に出たばかりの
新入社員



会社、仕事、出会いなど、
初めてづくしで不安が多い新入社員だからこそ、
小さな成功体験が大きなインパクトになると考えます。

ジョージアをあらためて印象づけるのに最適なターゲットです。

さらに、こんなメリットも！

- 一定数のユーザーが確保できる
- 息の長いファンとして育てられる

新入社員限定

自販機でジョージアを

1本買うと 5本
出てきちゃう キャンペーン



内容を伏せたまま展開する、
シークレットキャンペーンとしてご提案します。

言い換えると、

よく知らない人への 「ジョージアおすそわけ」キャンペーン。



新入社員にとって、まわりは知らない人ばかり。

一人では飲みきれない数のジョージアが突然手に入ってしまうことで、まわりとコミュニケーションせざるを得ない状況をつくりだします。

最初はとまどうかもしれませんが、

おすそわけを通じて、とまどいは払しょくされ、成功体験へと変わるはずです。

コミュニケーションを図るきっかけを提供することで、インパクトのある思い出とともにジョージアを印象づけます。

コカ・コーラパークを活用して、 年齢から新入社員を識別します。

コカ・コーラパーク
への登録



新社会人を
年齢（22・23歳）で判別



キャンペーン特典ポイントを付与
メルマガで通知



おサイフケータイ対応
自動販売機で利用

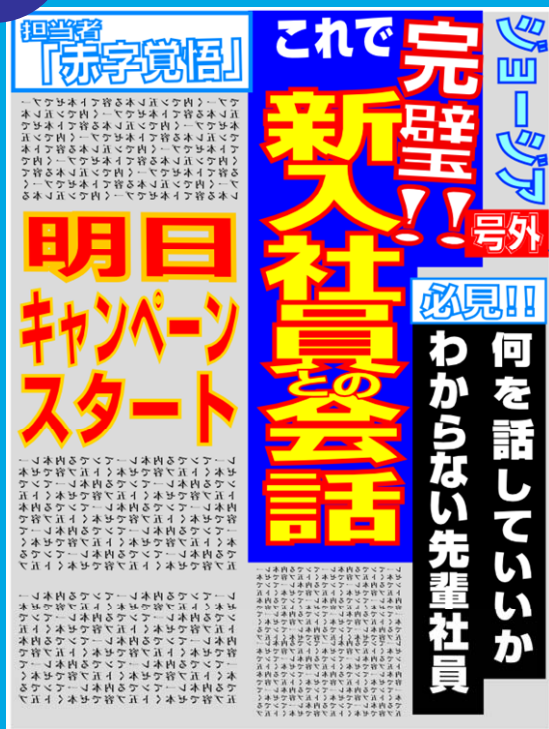


5本
出てきちゃう！

キャンペーン詳細を伏せたまま、入社式に合わせて告知のチラシを街頭で配布します。

3/31 先輩社員向け

4/1 新入社員向け



明日この話でもしてやるか

何だろう? とりあえずやってみるかな



先輩社員、新入社員それぞれに告知し、職場でのコミュニケーションを誘発します。

自動販売機をメディアとして活用し、 ティーザー広告を展開。

3月

4月

5月

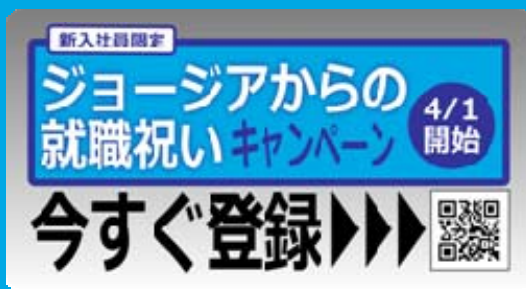
キャンペーン対象期間

ティーザー

- 自動販売機メディアでティーザー広告



- QRコードで登録を促す



キャンペーン開始

- 号外で大々的に告知



- キャンペーンサイトで動画公開



ビジネスビルの自動販売機で
新入社員の利用をウォッチ。

驚くさまを撮影し、本人許可が
とった上で動画配信サイトに公
開。

ロコミ効果をねらいます。

一過性のキャンペーンとしてだけでなく、

毎年恒例の通過儀礼



新入社員をコアなユーザーにする施策として、
毎年恒例のキャンペーンにしていくことができます。



キャンペーンも、翌年におすそわけ ——