

Názov projektu: Darujme káve Fresh Corner druhý dúšok

Klient: SLOVNAFT, a.s.

Kontaktné osoby: Lucia Čorbová, Alžbeta Škvarková – Podniková a marketingová komunikácia

Stratégia spoločnosti: V rámci dlhodobej stratégie do roku 2030 sa Slovnaft zaviazal vyhľadávať nové inovatívne oblasti biznisu, ktoré nespádajú do jeho tradičného podnikateľského portfólia.

Background: Spoločnosť SLOVNAFT, a.s., prevádzkuje na svojich čerpacích staniciach najväčšiu slovenskú sieť kaviarní pod názvom Fresh Corner. Tá je v súčasnosti zákazníkom k dispozícii na viac ako 180 miestach po celej krajine. Cieľom konceptu Fresh Corner je byť preferovanou zastávkou pri kvalitnej káve a dobrom občerstvení, a zároveň ponúknuť zákazníkom príjemné miesto na oddych na cestách.

Insight: Koncept Fresh Corner si zákazníci obľúbili najmä pre kvalitnú kávu. Aj preto koncom minulého roka Slovnaft zrealizoval „Veľký kávičkársky online prieskum“ na vzorke 1050 respondentov. Ten ukázal, že 90 % Slovákov pije kávu minimálne raz do dňa a 7 z 10 opýtaných sa pri výbere miesta pre kúpu kávy zameriava na jej kvalitu. Slovákov preto možno považovať za kávičkárov, ktorí si síce radi doprajú kvalitnú kávu, avšak z tohto svojho pôžitku zanechávajú odpad v podobe kávových usadenín. V sieti Fresh Corner sa denne predá viac ako 20 000 šálok kvalitnej kávy, čo predstavuje spotrebu viac ako 50 ton kávových zŕn ročne. A teraz si predstavme tých 50 ton v podobe kávových usadenín. Mohlo by sa to na prvý pohľad javiť ako hromada odpadu, no pozrime sa na to inak. Kvalitná káva tvorí kvalitný odpad. A ten sa dá ďalej dobre využiť.

Myšlienka projektu: Využijeme potenciál značky Fresh Corner, ktorá pôsobí cez čerpacie stanice Slovnaft na celom Slovensku, vďaka čomu dostaneme projekt aj do lokálnych komunít. V rámci projektu „Darujme káve Fresh Corner druhý dúšok“ budeme vnímať „odpad“ z kávových zŕn ako produkt využiteľný v rámci cirkulárnej ekonomiky. Zvyšku z kávy dáme druhú šancu, a to v 3 krokoch:

1. MINIMALIZUJEME ODPAD Z PLASTOVÝCH VIEČOK A PAPIEROVÝCH POHÁROV NA KÁVU
 - v celej sieti Fresh Corner na Slovensku budeme motivovať zákazníkov, aby si kávu Fresh Corner spravili do vlastného to-go cupu. Za tento eko-čin budú odmeňovaní bodmi v rámci vernostného systému Slovnaftu s názvom Klub BONUS, ktoré si môžu vymeniť za iné produkty na čerpacích staniciach Slovnaft.
 - okrem možnosti spraviť si kávu do vlastných to-go pohárov, poskytneme zákazníkom štýlový merchandising Fresh Corner v podobe porcelánových to-go pohárov, ktoré si budú môcť zakúpiť alebo získať výmenou za BONUS body.
2. KÁVOVÝM USADENINÁM DARUJEME DRUHÝ DÚŠOK
 - „odpad“ v podobe kávových usadenín má veľa známych možností na ďalšie využitie, napr. môže byť použitý ako zložka do prírodných hnojív či prírodnej kozmetiky. Tomuto benefitu je potrebné urobiť osvetu. Preto Slovnaft ako tradičný slovenský producent so silným zázemím podporí malých slovenských eko-výrobcov a na čerpacích staniciach vyhlási VEĽKÉ ONLINE HLASOVANIE KÁVIČKÁROV o naložení s kávovým zvyškom Fresh Corner. Zákazníci týmto gestom darujú svojej káve druhý dúšok a sami určia, ako sa bude písať jej ďalší príbeh.
 - po zakúpení kávy Fresh Corner bude môcť zákazník v aplikácii určiť, ako má Slovnaft ďalej naložiť so zvyškom z jeho kávy. Na výber bude mať z nasledovných možností:
 - zložka do prírodných hnojív poľnohospodárov – v aplikácii by si mohli zároveň pozrieť príbeh značky konkrétneho podnikateľa;
 - zložka do prírodnej kozmetiky – oleje, pílidy, pleťové masky,... pre konkrétnych slovenských malých producentov a podnikateľov (napr. bezobalové obchodíky, výrobcov eko-kozmetiky)

3. LAUNCH NOVÉHO CSR PROJEKTU SLOVNAFTU – DARUJME KÁVE DRUHÝ DÚŠOK

- Jedným zo zámerov Slovnaftu je touto kampaňou odštartovať nový udržateľný projekt. Olej z kávového odpadu totiž v sebe skrýva doteraz na Slovensku nevyužitý potenciál – je ho možné použiť ako prísadu do biozložky, ktorá v rámci legislatívnej požiadavky musí byť súčasťou palív vyrábaných (aj) v Slovnafte. Takto získaný olej vieme využiť v rafinérskom procese rovnako, ako obyčajný použitý kuchynský olej. Ten už zbierame na čerpacích staniciach v rámci projektu Aj kvapka oleja sa ráta.
- Kampaň má ľudí vyzvať a motivovať k tomu, aby použité kávové usadeniny aj zo svojich domácností nevyhadzovali a radšej ich priniesli na čerpacie stanice Slovnaft, kde ich odmeníme BONUS bodmi.
- Tento projekt zároveň zahŕňa aj veľkú inováciu – vývoj novej prísady do bioložky Slovnaftu.

Potenciál pre značku Fresh Corner: Nový brand positioning: Fresh Corner káva bude vnímaná nielen ako kvalitná káva, ale aj ako prvý slovenský kávový zero-waste produkt, ktorý nevytvára žiadny odpad.

Benefit pre zákazníkov: Slovenskí kávičkári vlastným pričinením minimalizujú odpad z ich kávy nielen vo Fresh Corner, ale aj vo svojich domácnostiach.

Potenciál projektu: Projekt má potenciál včlenenia do samotnej stratégie Skupiny MOL a aplikovania na medzinárodnej úrovni, t.j. v celej sieti Fresh Corner.

KPIs Komunikačné

- dosiahnuť vnímanie kvalitnej kávy Fresh Corner ako zero-waste produktu
- vytvoriť káve Fresh Corner imidž prvej zero-waste kávy na Slovensku

KPIs Marketingové

- vyzbierať od zákazníkov pol tony kávových usadenín počas trvania kampane
- priniesť do vernostného programu BONUS nových zákazníkov (+ 5 %)
- členov BONUS klubu motivovať k míňaniu nazbieraných BONUS bodov

KPIs Biznisové

- zvýšiť predaj kávy v sieti Fresh Corner o 10 %
- znížiť počet plastových viečok a papierových pohárov na čerpacích staniciach o tretinu

Cieľová skupina: Ľudia vo veku od 18 do 34 rokov tiež nazývaní „Generácia Y“ alebo „digitálna generácia“. Táto skupina ľudí tvorí na Slovensku až 24 % celkovej populácie a bude v blízkej budúcnosti rozhodovať o smerovaní našej krajiny. Táto generácia taktiež nadobúda ekonomickú silu a potrebujeme ju osloviť inak, ako iba tým, že v kaviarni Fresh Corner ponúkame kvalitnú kávu.

Čo očakávame od agentúry: Kreatívne podchytenie stanovených myšlienok a ich zosúladenie do jedného kontentového konceptu nového projektu spoločnosti Slovnaft a vytvorenie obsahu pre navrhované komunikačné kanály. Cieľom je vytvoriť „eko-kávový ošial“ na Slovensku a prostredníctvom kampaňových aktivít vzdelávať ľudí v oblasti kávového zero-waste.

Komunikačné kanály: Facebook, Instagram, Youtube, GDN, Xaxis, microsite a aplikácia projektu, influenceri (zero-waste obchodíky po celom Slovensku, ktoré sú prepojením s relevantnými komunitami), direct mail na členov BONUS klubu. Uvítame aj ďalšie návrhy agentúry.

Timing projektu: kreatívny návrh: do 19. apríla 2019.; launch a 1. vlna mediálnej kampane jún – júl 2019; 2. vlna mediálnej kampane: september – október 2019

Rozpočet

- Kreatíva a rozpracovanie kontentu: 50 000 eur
- Médiá: 2 x 60 000 eur (dve vlny mediálnej kampane)