



DARUJME KÁVE FRESH CORNER DRUHÝ DÚŠOK

LUCIA ČORBOVÁ
ALŽBETA ŠKVARKOVÁ

SLOVNAFT, a.s.

YOUNG LIONS
COMPETITIONS
SLOVAKIA 

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

Veľký kávičkársky online prieskum Slovnaftu 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.

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 FRESH CORNER TVORÍ KVALITNÝ ODPAD. A TEN SA DÁ
ĎALEJ DOBRE VYUŽIŤ.**

MYŠLIENKA PROJEKTU

V rámci projektu „Darujme káve Fresh Corner druhý dúšok“ budeme vnímať „odpad“ z kávových zŕn ako produkt využiteľný v rámci cirkulárnej ekonomiky.

KÁVE (NIELEN) Z FRESH CORNERU DÁME DRUHÚ ŠANCU, A TO V 3 KROKOCH:

- 1. Minimalizujeme odpad z plastových viečok a papierových pohárov na kávu** z čerpacích staníc motivovaním zákazníkov k využívaniu to-go pohárov za vernostné BONUS body navyše
- 2. Kávovým usadeninám darujeme druhý dúšok** a zákazníci si budú môcť vybrať, kam poputuje na ďalšie spracovanie zvyšok práve z ich kávy (poľnohospodárske hnojivo, eko-kozmetika...)
- 3. Launchneme nový CSR projekt Slovnaftu**, v rámci ktorého budú zákazníci nosiť na zberné miesta kávový zvyšok z domácností a Slovnaft ho potom využije ako prísadu do biozložky, ktorá je primiešavaná do motorových palív





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.

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

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

CIELE

KOMUNIKAČNÉ

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

MARKETINGOVÉ

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

BIZNISOVÉ

- zvýšiť predaj kávy v sieti Fresh Corner o 10 %
- znížiť počet používaných 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“.

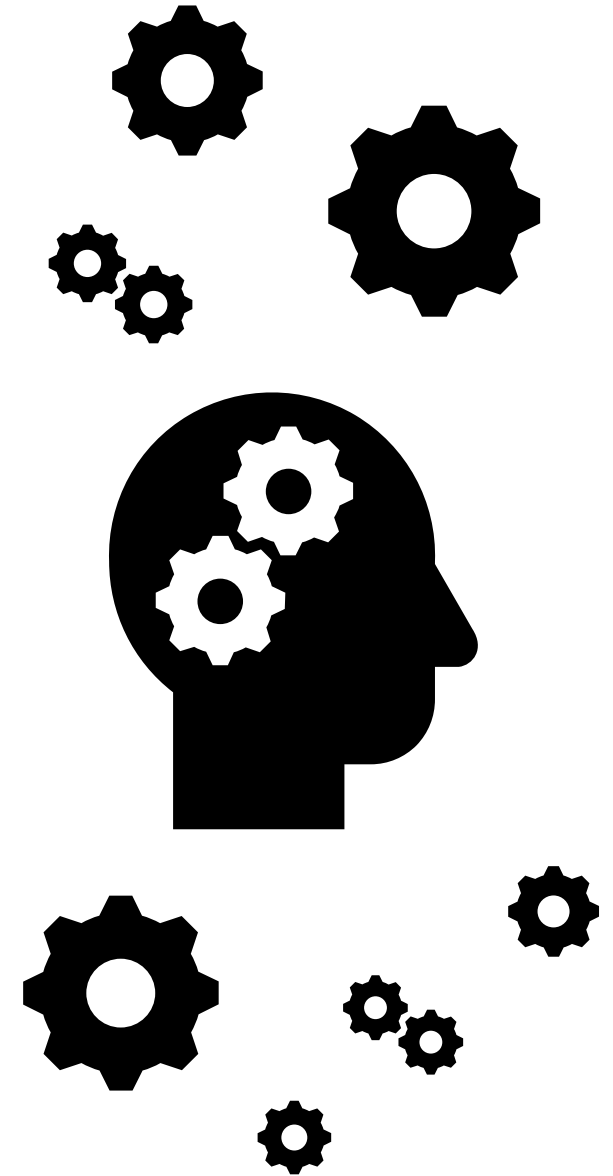
Táto skupina ľudí tvorí na Slovensku až 24 % celkovej populácie a bude v blízkej budúcnosti rozhodovať o smerovaní našej krajiny.

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.





KANÁLY, TIMING, BUDGET

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 obsahu: 50 000 eur

Médiá: 2 x 60 000 eur (dve vlny mediálnej kampane)



ĎAKUJEME, ŽE
DARUJETE KÁVE FRESH CORNER
DRUHÝ DÚŠOK

LUCIA ČORBOVÁ
ALŽBETA ŠKVARKOVÁ

SLOVNAFT, a.s.

YOUNG LIONS
COMPETITIONS
SLOVAKIA 

