

A4E | Ефективност на маркетинг кампания

Case Study – Coca-Cola



Стоян Иванов

Coca-Cola Franchise
Country Manager
BU/HR/BA/SI

Бързи факти

Организация:



Coca-Cola Bulgaria

Industry: Безалкохолни
напитки

Size: 10000 +

Web: <http://www.coca-cola.com>

Приложение

Coca-Cola System в България разчита на аналитичните решения на A4E, за да увеличи ефективността на

Coca-Cola си поставя за цел да стимулира домакинствата да включат едноименната напитка в семейната вечеря. За целта, марката създава стъклена бутилка с обем от 750 ml и провежда семплинг кампания, в чиито рамки посещава домакинства по време на вечеря, за да подари продукт в новата опаковка.

Следвайки бранд стратегията да предложи точния продукт в точната опаковка и той да се вписва във всекидневието на потребителя, новата опаковка бе таргетирана към домакинства с 2 или 3 членове. За целта бе подготвена маркетинг активация от врата на врата със семплинг на продукта по време на часовете за вечеря. От първото издание на тази кампания, Coca-Cola разполага с отговорите на 230 хил. интервюирани домакинства в комбинация с GPS данни.

Целта

- Основната цел на проекта бе да приложи data analytics, за да се създаде надеждна прогноза за геотаргетиране на активностите от директния маркетинг, като по този начин се повиши ефективността на кампанията и това съответно да доведе до повишаване на консумацията сред целевата аудитория.

кампания за директен маркетинг.

Резултатите

Увеличение на точността в геотаргетирането: +20%

- Вторичната цел на проекта бе да подпомогне логистиката на продуктивния семплинг.
- Трета цел на проекта бе изграждането на решение, което ще повиши качеството на събираните по време на семплинг кампанията данни.

Целта

Целта е да се увеличи обхвата на кампанията в нейната таргет аудитория (2-3 членни домакинства) и най-вече да фокусира върху домакинства, които:

- А) Нямаат Coca-Cola в хладилника си към момента.
- Б) Не са редовни потребители на напитката.

Решението

A4E изгради и приложи аналитичен модел, който оценява вероятността за локализиране на представители на целевата аудитория в рамките на даден жилищен квартал. Отделно от това, моделът оцени, подреди и препоръча районите, в които с най-висока вероятност има концентрация на такъв тип домакинства, с което посочи къде точно трябва да се фокусират усилията за тази кампания.

Подходът

Съществуващите данни от предишни издания на семплинг кампанията на Coca-Cola бяха сегментирани чрез клъстеризация, за да се постигне устойчив аналитичен модел. Този набор от данни беше обогатен чрез свободни за ползване демографски данни, като цени на имотите в отделните квартали, разпределение по възрасти и др.

Прогнозата на A4E препоръча на Coca-Cola кои са най-подходящите жилищни райони, които трябва да бъдат таргетирани с тяхната семплинг кампания. Аналитичният модел препоръча и подходящото количество продукти за семплиране, които ще бъдат раздадени на домакинствата.

В допълнение, моделът включи инструмент за сигнализиране в реално време на необичайни данни, за да ограничи вероятността от грешки при въвеждането им. Този инструмент увеличи значително качеството на данните.

Крайният резултат

Аналитичен модел за прогнозиране вероятността за достигане на представители на целевата аудитория чрез кампания за директен маркетинг, включваща семплиране на продукт в нова опаковка.

Ползите

Подготовката на данните и тяхното обогатяване, както и създаването на аналитичен модел и прилагането му доведе до следните ползи за нашия клиент:

- Coca-Cola си постави за цел да постигне 5% подобрене при достигането на целевата аудитория в сравнение с предишни издания на същата кампания. Прилагането на аналитичния модел доведе до 20%+ подобрене.
- Подобрена логистика на продуктите, които се подаряват на домакинствата охладени и готови за консумация.
- Мониторинг в реално време за ранно идентифициране на погрешно въведени данни и стойности.

Обратната връзка

„Екипът на A4E беше много проактивен в намирането на подходящо решение, увеличаващо ефективността на нашите усилия и показва изключително високо ниво на резултатност. A4E представиха множество алтернативни подходи, за да постигнат изпълнението на целите. Нашите очаквания за ценни идеи и проактивна работа определено бяха надскочени.“

Стоян Иванов, Coca-Cola Franchise Country Manager BU/HR/BA/SI



A4E е платформа за предоставянето на AI технологии като услуга, работейки със собствени и чужди аналитични модели.

От кафенета през ресторанти и търговци на едро, вертикално структурираните приложения на A4E са стратегически инструмент в прогнозирането на продажбите, подкрепени с гъвкав репортинг. Нашият аналитичен фреймуърк може да бъде променен така, че да отговаря на бизнес спецификите на всеки клиент.

Web: a4everyone.com

Адрес: сграда Инкубатор, ет. 2 | София Тех Парк | бул. Цариградско шосе 111Б | район Младост | София 1784 | България

Контакт: office@a4everyone.com; +359 (2) 4411 243