Charakterystyka wybranych działań promocyjnych firmy Coca-Cola

Od roku 1991 największymi reklamodawcami w Polsce stają się tak znane międzynarodowe koncerny, jak Coca-Cola, Procter & Gamble, Unilever, Benckiser, Henkel, Master Foods, Pepsico, Danone, Nestlé i S.C. Johnson. Od roku 1996 wyraźniej zaznaczają swoją obecność sieci telefonii komórkowej (Era i Plus; wcześniej – ale z mniejszym wysiłkiem finansowym – debiutował Centertel). Końcówka dekady lat 90 to wyraźniejsza promocja firm ubezpieczeniowych oraz funduszy emerytalnych.

Koncern Coca-Coli to firma, która korzysta z wszystkich kanałów reklamowych. Jej reklamy pojawiają się w prasie, radiu, telewizji, atakują z billboardów i internetowych banerów. Reklamy tej firmy są bardzo mocno złączone z cyklem rodzinnego życia. Coca-cola towarzyszy konsumentom w święta takie, jak Boże Narodzenie czy Nowy Rok. Ten napój popijają sławni ludzie sportu, gwiazdy kina i piosenki.

Podstawą reputacji i dobrego imienia firmy Coca-Cola jest zaufanie. Poprzez tworzenie wizerunku wzorowego obywatela, wzmacnia ona ten wizerunek i stale buduje zaufanie. To jest podstawą The Coca-Cola Promise-dawać korzyść i orzeźwienie każdemu, kto ma jakikolwiek związek z firmą i jej produktami. Dlatego też Coca-Cola na całym świecie włącza się w różnego rodzaju inicjatywy, które pomagają ludziom cieszyć się każdą chwilą.

Firma Coca-Cola istnieje po to, aby przynosić korzyści i orzeźwienie wszystkim, którzy mają z nią coś wspólnego. Główne przesłanie firmy jest proste, jednomyślne i ponadczasowe. Brzmi ono tak: „Gdy dostarczamy orzeźwienia, wartości, radości i zabawy naszym udziałowcom, wtedy wiemy, że skutecznie dbamy

i chronimy nasze marki, szczególnie Coca-Colę. Jest to droga do spełnienia naszego podstawowego obowiązku zapewnienia satysfakcjonujących zysków właścicielom naszej firmy”[1].

Od początku swojej działalności w Polsce, Coca-Cola aktywnie włącza się w różne akcje promocyjne jak również te o charakterze charytatywnym.

Oto niektóre z działań podjętych przez firmę Coca-Cola:

Przywróćmy radość

W 2001 roku Coca-Cola przyłączyła się do akcji pomocy powodzianom w Polsce południowej. We współpracy z tygodnikami „Naj” i „Gala” została partnerem Polskiej Akcji Humanitarnej. Program obejmował pomoc charytatywną dla kilku tysięcy dzieci z województw poszkodowanych w powodzi (małopolskiego i świętokrzyskiego). Działania obejmowały różne aktywności:

Dostarczanie przez semestr szkolny nektarów Cappy Ekstra wzbogaconych witaminami i wapniem. Szkoły objęte pomocą-SP w Podlipiu, SP w Bolesławiu, SP w Rzepienniku Strzyżewskim, SP w Białce, SP nr 3 w Ostrowcu Świętokrzyskim.Całkowity koszt to ok. 56.833 PLN.

Zakup dwóch gimbusów dowożących dzieci do szkół dla Gmin Gródek nad Dunajcem i Bodzechów.

Całkowity koszt to ok. 258.775 PLN.

Zakup wyprawek gimnastycznych. Dwie szkoły otrzymały wyprawki sportowe (dresy, koszulki, spodenki): SP im. M. Reja w Grzechyni oraz SP w Hucie Nowej. Koszt wyprawek to ok. 29.204 PLN.

Coca-Cola przekazała czek na 100.000 USD Polskiej Akcji Humanitarnej w ramach akcji „Przywróćmy radość”[2].

Nadzieja nie tonie

Aby pomóc dzieciom osób poszkodowanych w czasie powodzi w 2001 roku, Coca-Cola Polska wyprodukowała 200 puszek z limitowanej serii **Nadzieja nie tonie**. Spośród nich 20 zostało sprzedanych na internetowej aukcji. Ta niezwykła seria charakteryzowała się odmienną szatą graficzną – puszki Coca-Coli tym razem zdobiły dziecięce rysunki. Ponadto każda z 20 puszek, które były wystawione do licytacji, była podpisana własnoręcznie przez ówczesnego Dyrektora Generalnego Coca-Cola Polska, Thomasa Krennbauera. Była to pierwsza tego typu licytacja w Polsce, mająca jednocześnie zasięg ogólnoświatowy[3].

Wyczaruj dziecku książkę

Także w 2001 roku Coca-Cola realizowała program w ramach którego przekazała do 1650 najbardziej potrzebujących szkolnych bibliotek ponad 82 tysiące książek.

Akcja rekrutacja

Firma Coca-Cola organizuje rokrocznie konkurs pod nazwą „Akcja-Rekrutacja.” Akcja adresowana jest do studentów ostatnich lat kierunków ekonomicznych i marketingowych. Do udziału w konkursie mogą się zgłaszać trzyosobowe drużyny. Zadanie konkursowe polega na zbudowaniu strategii marketingowej (w języku angielskim, odnośnie wybranego produktu) dla firmy Coca-Cola Poland Services, działającej na terenie danego województwa. Nagrodami są kilkumiesięczne, płatne praktyki w wybranych europejskich oddziałach The Coca-Cola Company (staż w działach marketingu lub PR firmy Coca-Cola)[4].

Sportowe fascynacje

Coca-Cola od lat wspiera sport na całym świecie, na wszelkich poziomach, począwszy od Igrzysk Olimpijskich a kończąc na podwórkowych turniejach piłki nożnej dla dzieci i młodzieży. Partnerstwo z FIFA oznacza sponsorowanie mistrzostw świata w piłce nożnej, włączając także turnieje finałowe drużyn kobiecych i juniorów. Coca-Cola obecna jest na wszystkich

Igrzyskach Olimpijskich (poczynając od 1928 roku i zawodów w Amsterdamie) jako strategiczny partner Międzynarodowego Komitetu Olimpijskiego.

Najważniejszym sportowym programem Coca-Coli w Polsce jest piłkarski turniej dla szkół podstawowych i gimnazjów. Rozgrywany od 1999 roku, przy współpracy z Polskim Związkiem Piłki Nożnej, jest stałym elementem młodzieżowych rozgrywek piłkarskich. Turniej Coca-Cola Cup, w którym bierze udział co rok kilkadziesiąt tysięcy młodych piłkarzy reprezentujących kilka tysięcy szkół z całej Polski, jest największą tego typu imprezą w naszym kraju.

Olimpiady specjalne

Od 1968 roku firma Coca-Cola jest globalnym sponsorem i jednym ze stałych partnerów Olimpiad Specjalnych. Thimothy P. Shriver, prezydent Special Olympics Inc. nazwał Coca-Colę jednym z najbardziej oddanych korporacyjnych partnerów Olimpiad Specjalnych.

Coca-Cola stworzyła również lokalne programy współpracy z Olimpiadami Specjalnymi w ponad 160 krajach. Firma, poza wsparciem finansowym imprez, przekazuje również napoje i prezenty dla uczestników zawodów.

W 2001 roku na stadionie Legii został rozegrany Europejski Turniej Piłki Nożnej Olimpiad Specjalnych. W zawodach wzięli udział upośledzeni umysłowo zawodnicy z wielu krajów Europy[5].

Srebrne Zauroczenie

Od początku stycznia do końca marca 2003 roku trwała promocja Coca-Coli light „Srebrne zauroczenie”.

O decyzji przygotowania promocji konsumenckiej zadecydował sukces rynkowy Coca-Coli light—udział w segmencie napojów gazowanych typu light wzrósł z 46% w 2001 do 65% w 2002 roku

(źródło: Canadean). Promocja „Silver Temptation" po raz pierwszy została przeprowadzona w Irlandii w 2000 roku. Od tego czasu podobne akcje promocyjne przyczyniły się do sukcesu marki na wielu innych europejskich rynkach, między innymi w Wielkiej Brytanii, Rosji, Węgrzech, Czechach i Słowacji.

Polscy konsumenci mieli możliwość wygrania wiele atrakcyjnych nagród:
· 2 srebrnych samochodów Honda CR-V,
· 10 Kart Kredytowych Critibank Visa Silver z 20,000 zł na koncie,
· 10,000 srebrnych parasoli z logo Coca-Coli light[6].

Pierwszy konkurs fotograficzny

25 maj 2003 roku to dzień, w którym rozpoczął się Konkurs Fotograficzny dla licealistów pod hasłem: "Chce się żyć!". Zadaniem uczestników konkursu było zilustrowanie radosnych chwil w otaczającym świecie. Konkurs był skierowany do młodzieży licealnej w całej Polsce, która nie przekroczyła 20 roku życia. Konkurs fotograficzny firmy Coca-Cola to zachęta dla młodych ludzi, aby pokazali swój świat za pomocą zdjęć **– radość, satysfakcję, uniesienie –** wszystko to, co daje im chęć do życia[7].

Coca-Cola jako korporacja o wieloletniej tradycji, ugruntowanej pozycji i międzynarodowym zasięgu jest firmą, która w pełni realizuje wszelkie działania związane z promocją. Jest organizatorem i sponsorem wielu imprez oraz akcji, które umacniają zaufanie potencjalnych nabywców. Wspomagają one także kreowanie wizerunku firmy oraz pozwalają się jej utrzymać na najwyższym miejscu w rankingu firm o najkorzystniejszym image'u.

---

[1] http://www.cocacola.com.pl/u235/navi/28299

[2] http://www.cocacola.com.pl/u235/navi/28189

[3] http://www.cocacola.com.pl/u235/navi/28371

[4] http://www.cocacola.com.pl/u235/navi/28376

[5] http://www.cocacola.com.pl/u235/navi/28187

[6] http://www.cocacola.com.pl/u235/navi/28520/xnavi/27710

[7] http://www.cocacola.com.pl/u235/navi/28574

W serwisie dyplom.com.pl prezentujemy obronione prace dyplomowe, które mogą służyć za wzór do napisania własnej pracy - gdyby potrzebowali jeszcze Państwo konsultacji to polecamy stronę pisanie prac - fachowa pomoc w pisaniu prac.