

COSTA coffee

COSTA

- ◆ **品牌全称**：COSTA coffee咖世家
- ◆ **所属行业**：食品饮料类
- ◆ **参选类别**：年度最具移动营销创新精神品牌

品牌发展概述：

COSTA咖世家进入中国市场16年，通过优良的咖啡品质，不断开设线下门店以及中国咖啡市场的快速增长，成为中国咖啡市场的TOP品牌。

市场定位&目标人群&营销：

品牌以**24-35岁**消费人群为核心

这部分消费者对于咖啡**更加讲究**，消费也愈加**趋于理性**

同时中国市场对于**咖啡的社交场景教育**有非常大的缺口

在市场定位上更加强调产品质量和对于咖啡的态度

因此品牌2018全年策略核心“讲究，从这杯开始”

COSTA所有营销战役也围绕在策略核心，通过产品教育和社交场景教育：

提升品牌认知、线下门店进行导流、促进/销售。



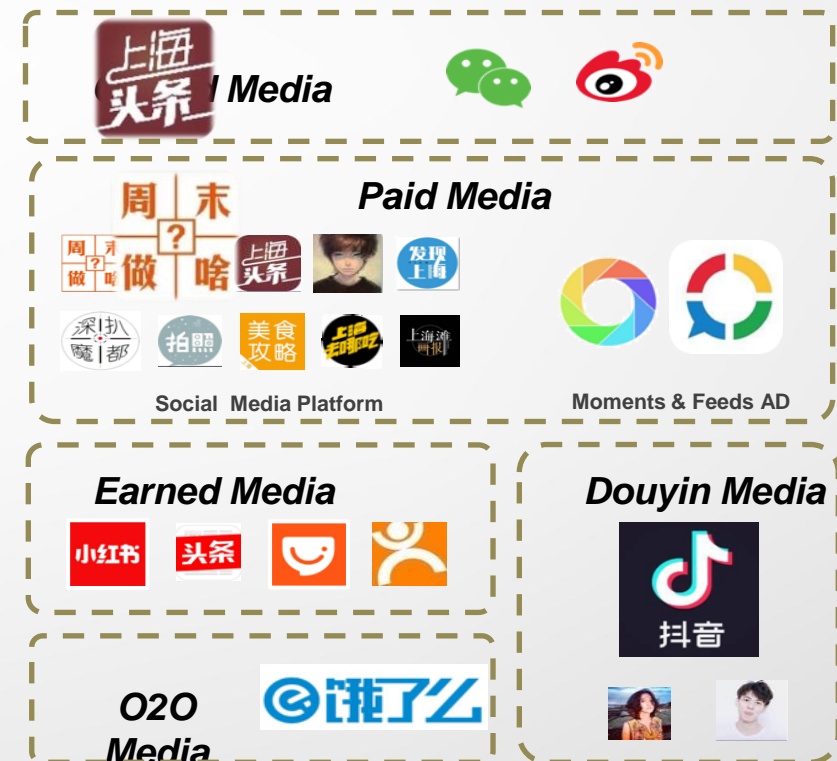
打破传统的移动传播模式，多维度多平台进行媒介资源聚合，根据平台属性对目标消费群进行内容分发
运用更加聚合的媒介投放模式，帮助品牌实现2亿3千万+曝光，Coupon Given 24万+



讲究，从这杯开始
Don't Settle for Average

Spring Campaign
-讲究，从这杯开始-

Summer Campaign
-讲究一杯，配你一夏-



COSTA SUMMER CAMPAIGN

和COSTA一起，让这个夏天不再普通

“讲究，从这杯开始” 将通过对于夏日的态度来表达，而不仅仅停留在产品层面，这样做给予我们一个更好的机会将品牌和夏日紧密结合。同时融合两款夏日的主打产品带出品牌对于夏日充满乐趣的生活态度。

基于品牌方确定的“讲究一杯，配你一夏”，我们充分挖掘TA INSIGHT！

1000个人，有1000中完美度夏的方式！而COSTA和你一起，

自定义夏天！



玩转COSTA + X模式，多维度聚合媒介资源

核心策略：

利用“自定义夏天”的“自定义性”，
场景化全网实现“COSTA + X”的传播模式，
多维度构建COSTA的自定义夏天！



构建多维度高转化的资源网络，结合创意终端实现不同渠道流量转化

创新技术& 媒介：

构建多维度高转化的KOL，和多目标用户聚集的第三方平台，结合创意终端H5，实现了不同端口渠道流量的集中导流转化。



SUMMER CAMPAIGN 媒介策略

1. Reach Target Groups

Through the big data to target the target audiences.



Age: 25-44

Male and female

First-tier cities

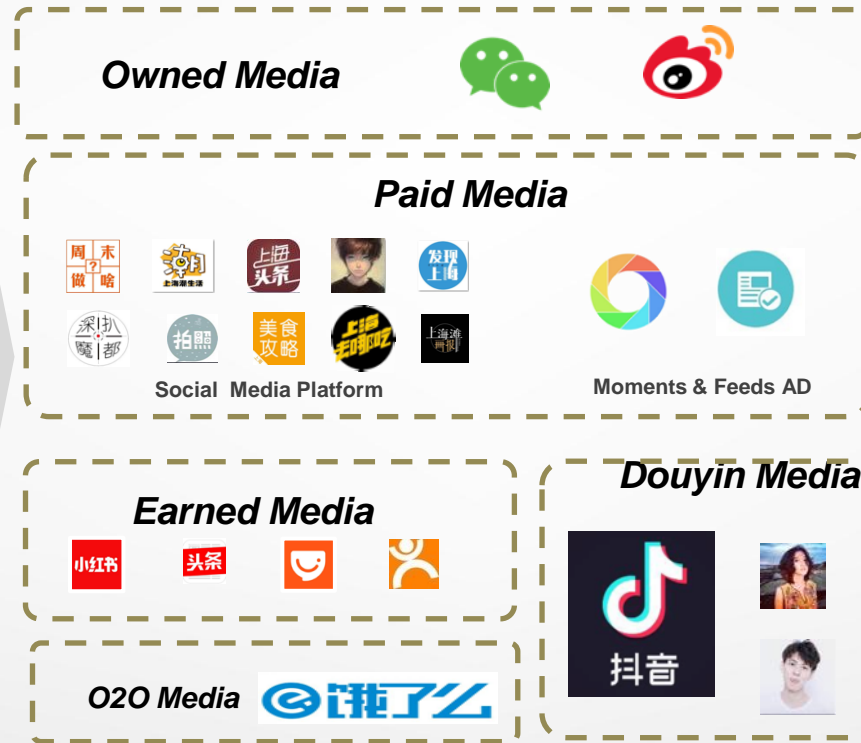
The Experience Seeker

Food, travel, health, fitness, education, social, lifestyle, education, financial, culture

The big data to target

2. Engage and Convert into Dialogue

Precise communication by multi-channel media.



3. Grow Loyalists and Promoters

Loyal users influence more audiences through social media.

UGC to share

Digital multi-channel to engage



SUMMER CAMPAIGN 创意生产

千人千面，打造个性化DIY创意H5,不仅实现了领券率的提升，更大幅度提升了用户的分享传播率，成为夏日朋友圈爆款



首页表达态度



根据6款新品，选择自己的“青年属性”



DIY不同的贴纸和背景



获得优惠卡券



原创生成自己的朋友圈态度海报

围绕创意内容，多维度媒介平台，构建全方位受众参与互动的营销场景

