



Pd

poslovni.hr



## Kako je kampanja 'Spasi nepce od dosade!' postala hit: Kofein osvojio brončani **Effie** za učinkovitost

U svijetu marketinga rijetko što može nadmašiti osjećaj kada se kreativnost, strateški pristup i suradnja spoje u jednu uspješnu priču. To je upravo ono što se dogodilo kada je brand agencija Kofein udružila snage s Podravkom kako bi oživjeli imidž Podravka ketchupa i osvojili srca potrošača.

Kampanja 'Spasi nepce od dosade!' nije samo bila oglasna poruka, već je postala priča o tome kako jedan proizvod može promijeniti doživljaj i iskustvo. Sve je počelo s jednostavnom idejom – kako probuditi osjetila i inspirirati potrošače da otkriju zabavni svijet ketchup okusa.

Kreativni tim agencije Kofein, pod vodstvom Alana Divkovića, nije samo razmišljao o marketinškim strategijama, već su duboko uronili u srž problema. Shvatili su da je ključ uspjeha u razumijevanju potrošača, njihovih želja i potreba. Kampanja nije bila samo o proizvodu – bila je o stvaranju emocije i povezanosti s potrošačima.

*„Iza kampanje 'Spasi nepce od dosade' i kreirane platforme Zabavno lice rajčice' stoji prilično ozbiljan rad. Suočeni s vrlo izazovnom tržišnom situacijom u kojoj se nalazio Podravka ketchup, fokusirali smo se na heavy usere kategorije, koristeći kompetitivne prednosti brenda te jednostavan, a trendovski izričaj kao dvije glavne poluge promjene. Dobro pozicioniranje i jasna komunikacija obično mogu napraviti puno više nego li lude ideje koje služe same sebi“* komentirao je **Alan Divković**, kreativni direktor Kofeina.

**Antonia Šipić**, voditeljica projekta, sjeća se kako su se ideje radale iz sati diskusija i suradnje između agencije i Klijenta. Svaki detalj kampanje nije bio slučaj – svaka riječ, slika i gesta imali su svoje mjesto u većoj priči o revitalizaciji brenda. Od velike je važnosti razumjeti složenost tržišta i izvrsno poznavati ciljnu skupinu kako bi strategija koja je proizašla iz istog bila jednostavna i kako bi, posljedično, motivirala ciljnu skupinu na poduzimanje akcije. *„Na obostrano oduševljenje, Klijentu se naš pristup odmah sviđio i mogu reći da smo kliknuli na prvu. Prekrasno je kad vam Klijent toliko vjeruje i kad gotovo svaka faza projekta tako glatko teče. Tu smo vidjeli da smo odličan spoj i da će ova suradnja biti dobitna“* – izjavila je **Antonia Šipić**, voditeljica projekta.

A onda su došli rezultati. Kampanja nije samo povećala prodaju ketchupa, već je stvorila zajednicu ljubitelja okusa, udvostručila tržišni udio te je unaprijedila image Podravka ketchupa. *“U našem svijetu samo je jedno mjerilo u konačnici bitno – efikasnost. Stoga nam je ovaj **Effie** posebno važan“* zaključio je **Tomislav Krajačić**, CEO brand agencije Kofein.

**Effie** nagrada na **Danima komunikacija** za brand agenciju Kofein nije samo priznanje za kreativnost i učinkovitost – to je potvrda da je prava priča uvijek najvažnija.