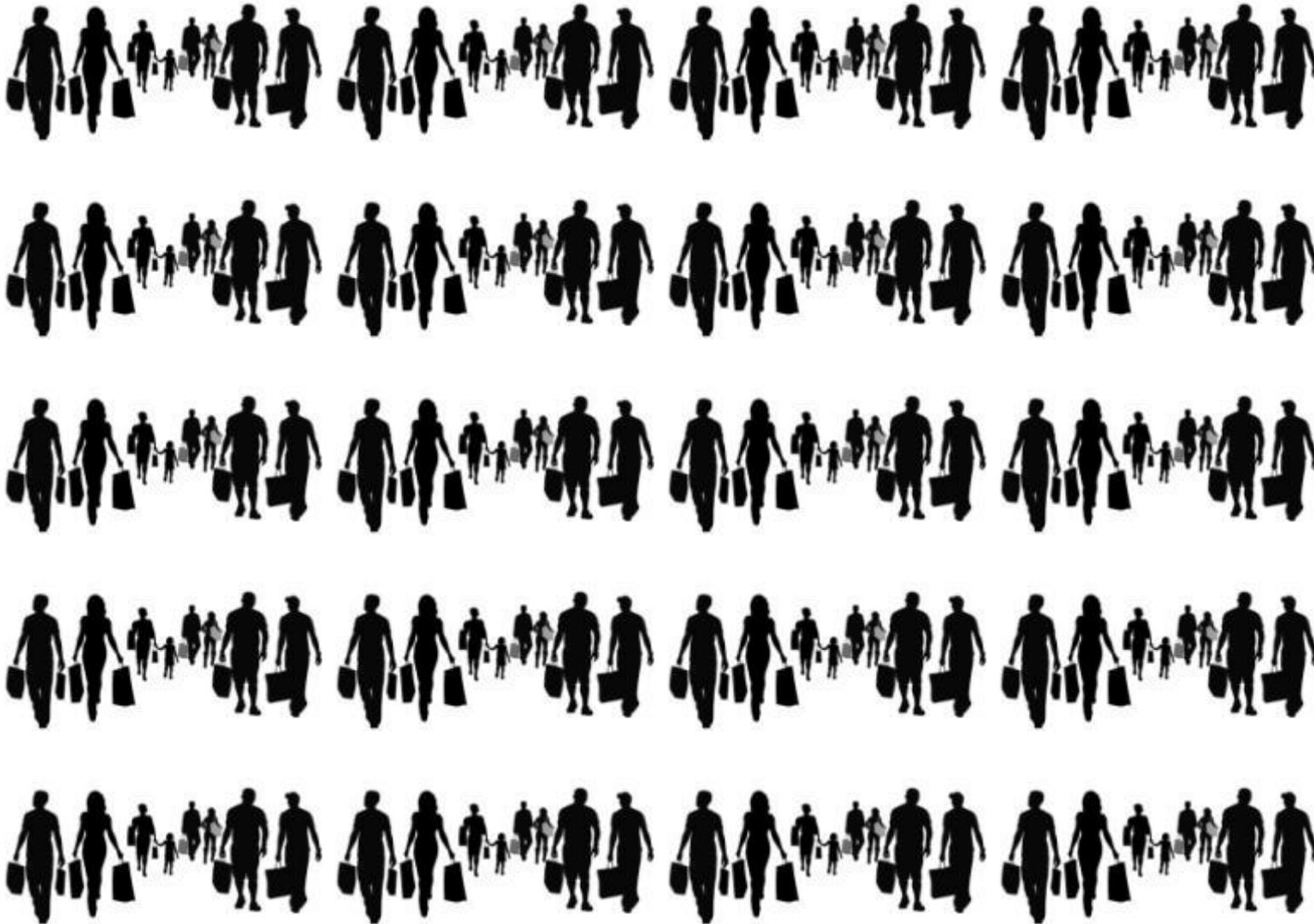


DRAFTFCB +
AFIRMA

Advertising To Shoppers

Milioni kupaca

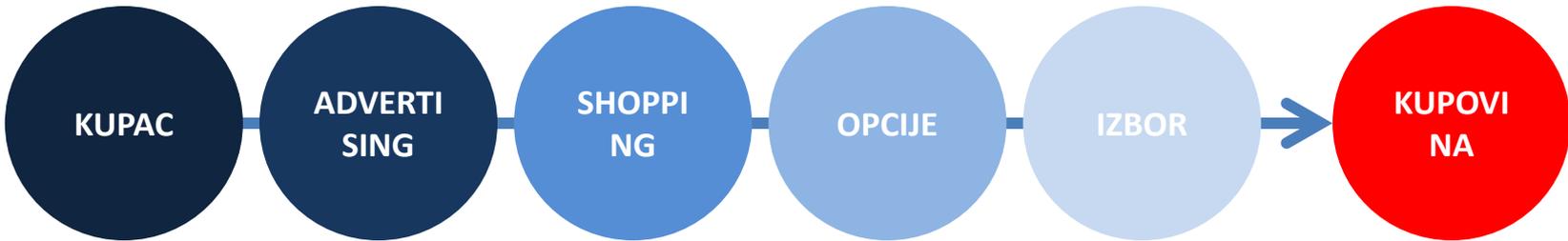


Mnogo razlika

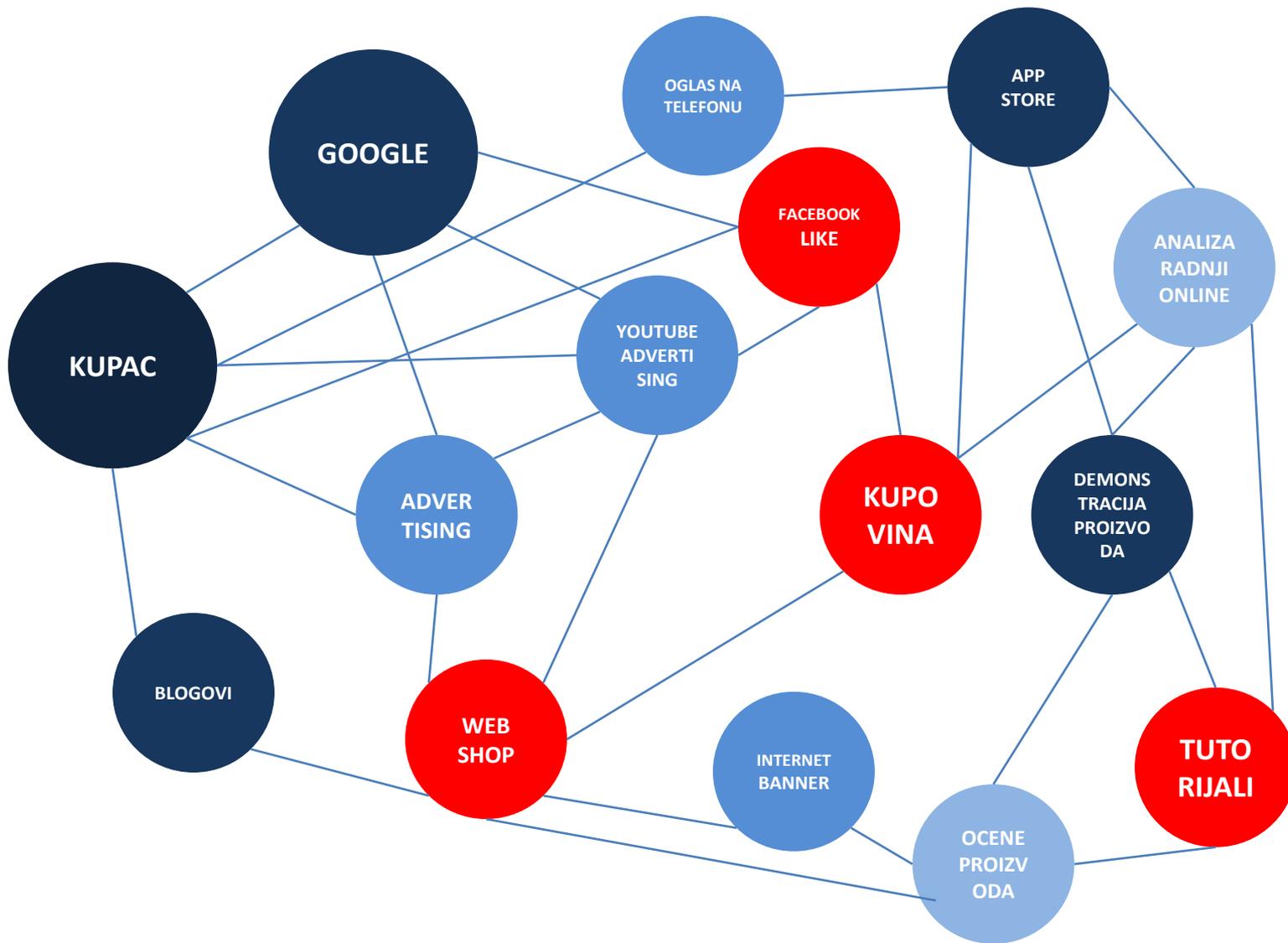


Mnogo...
Komplikacija...
Informacija...
Tehnologije...
Sadržaja...

Ono što smo ranije naučili...



Sada više nije tako...



Šta je važno?

- Upoznajte kupce i situaciju u kojoj se nalaze
- Odredite potrebe u svakoj fazi procesa kupovine
- Uvek se upitajte zašto kupci nešto rade i šta im može biti relevantno
- Potrudite se da informacije koje dolaze do kupaca budu u istoj ravni sa proizvodom
- Spojite različite kanale i obratite pažnju na putanje kupaca
- Uključite i kupce u proces
- Koristite dostupne tehnologije u skladu sa ciljem koji želite da postignete



**Pogledajmo
neke primere iz
okruženja...**

Tesco/Homeplus

Cheil Ad Agency/
Seoul/
Korea

Tesco/Homeplus

Istraživanje navika kupaca

- Workaholici, drugi u svetu po broju radnih sati
- Zauzeti
- Umorni

Ideja

- Radnja koja dolazi kod vas

Moderan stil komunikacije

- Smart telefoni
- QR kodovi
- Jednostavnost
- Isporuka na kućnu adresu

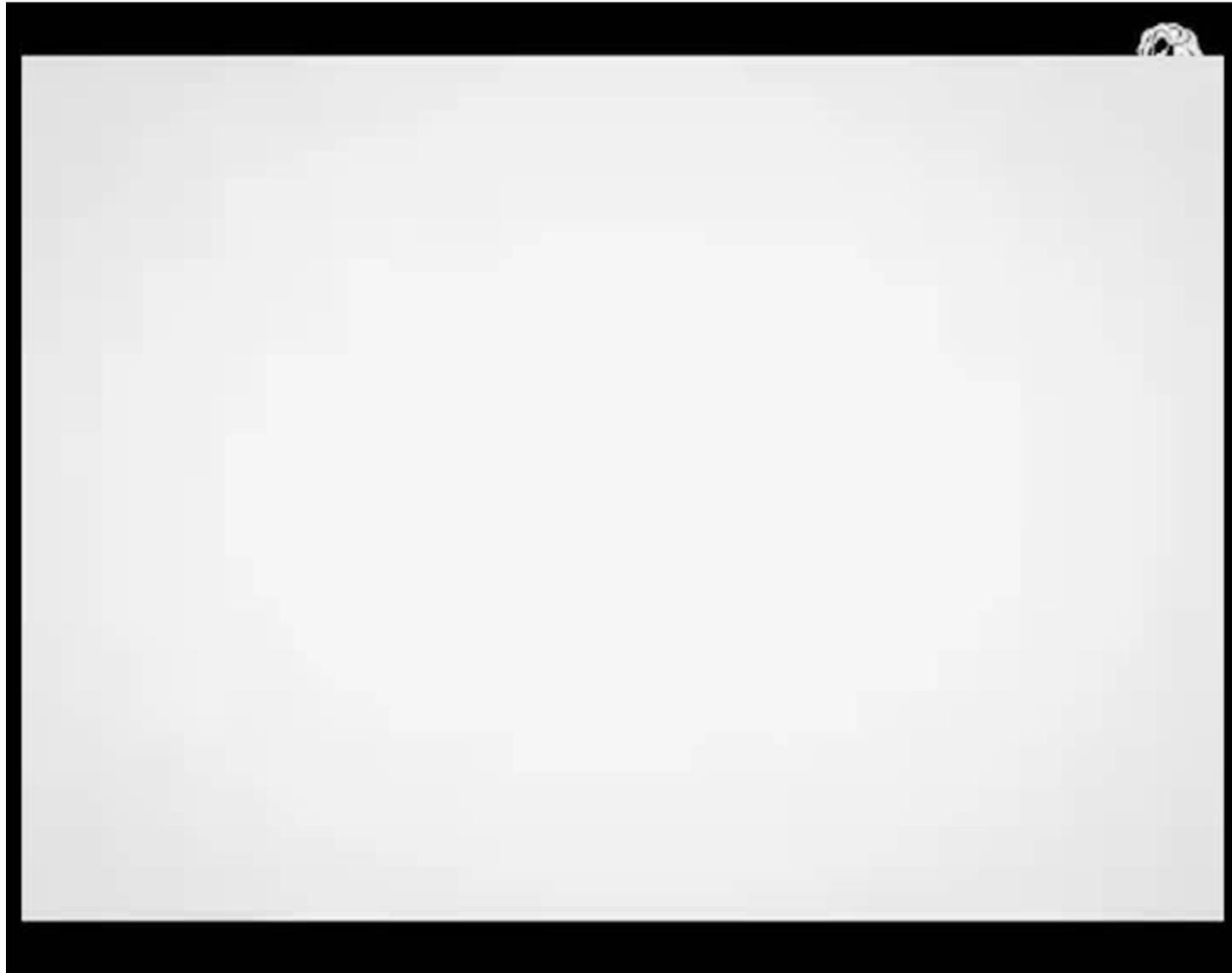
Benefiti

- Obavljanje dosadnih kupovina dok idete na posao
- Lako i jednostavno
- Moderno
- Štedi vam vreme

Rezultati

- Povećanje broja registrovanih korisnika za 76%
- Online kupovina je povećana za 130%
- Homeplus je broj 1 online prodavnica i vrlo blizu prvog mesta offline

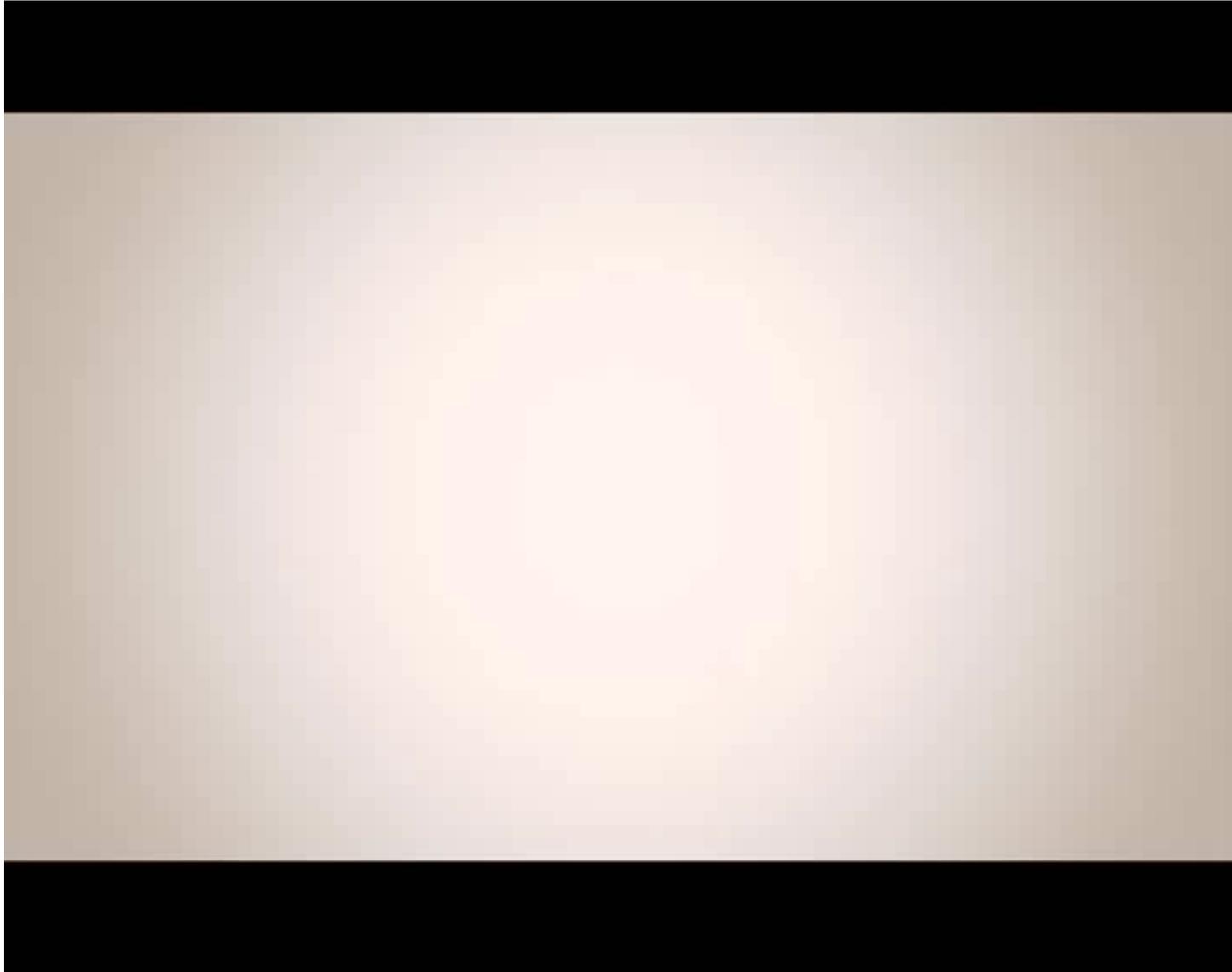
Tesco/Homeplus



Sayduck

Digital/
Interactive

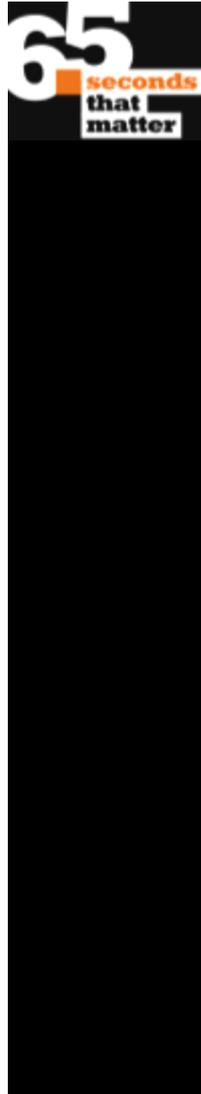
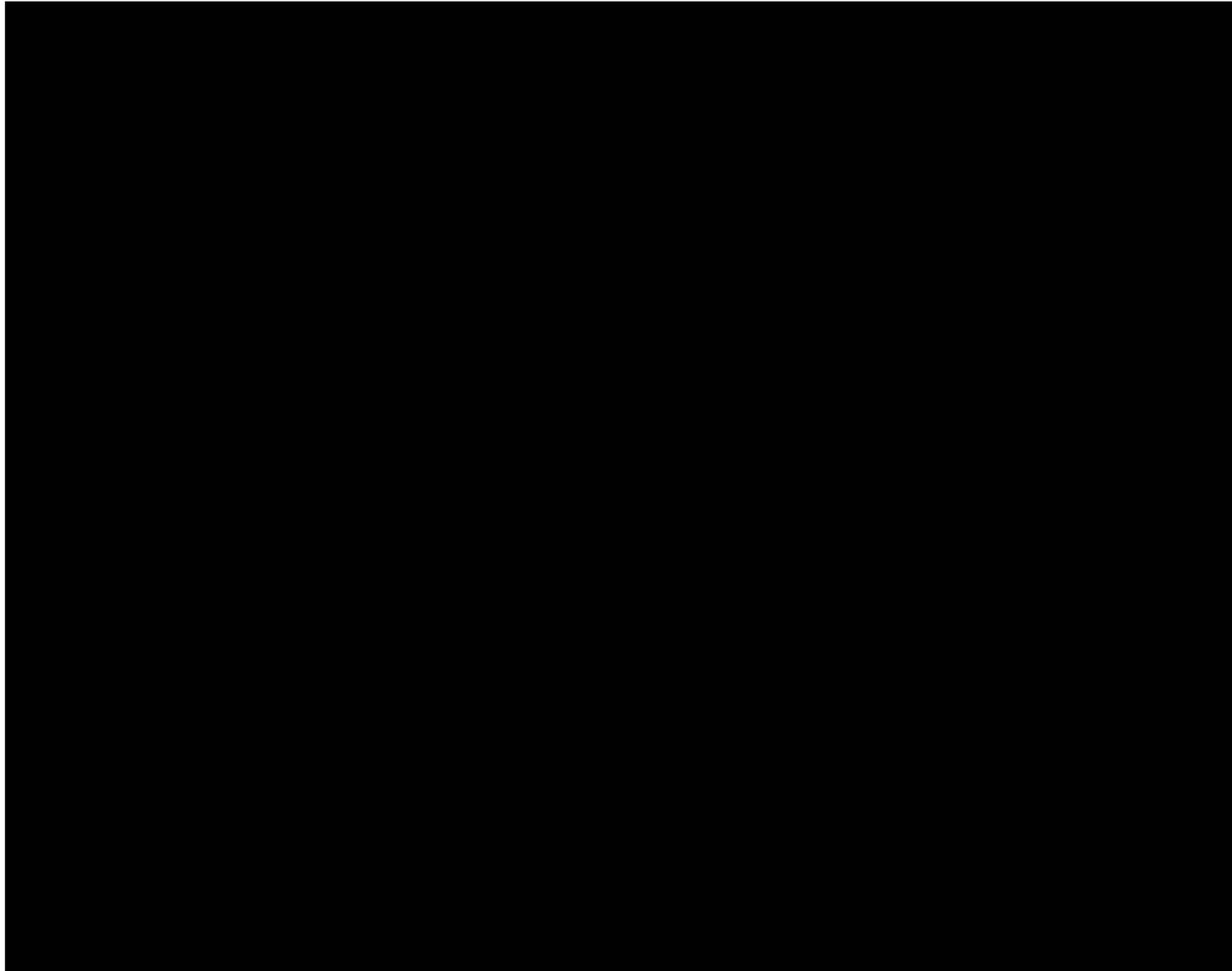
Sayduck augmented reality



Dunkin' donuts

Digital/
Interactive

Dunkin' donuts mobile app



**Pogledajmo šta se
kuvalo u Draftfcb
kuhinji...**

DRAFTFCB +
AFIRMA

Grant's

BWS/
Portugal /
Shopper Marketing/

Grant's

Number that matters

70% godišnje
prodaje viskija se
odvija tokom
Božićnih i
Novogodišnjih
praznika

Strategy

Posebna kasa za kupce
Grant's viskija kako bi
izbegli dugačke redove

Insight that really
matters

Tokom praznika,
dugački redovi na
kasama su normalna
stvar, dok kupci
Grant's viskija nisu
potrošači već samo
kupci.

The creative
solution

DRAFTFCB +
AFIRMA

Nivea for Men

Health & Beauty/
UK/
Multi-channel/

Nivea For Men

Number that matters

Samo 25% muškaraca
ima pozitivan odnos
prema higijenskim
preparatima i koriste
ih kako bi unapredili
svoj izgled

Strategy

Pozicionirati
NIVEA FOR MEN
kao esencijalni deo
opreme "naše
momčadi"

Insight that really matters

Moderan fudbal je
značajno približio
pojam doterivanja
"pravih muškaraca"

The creative solution

Keep ENGLAND
Looking Good

HVALA!