

Case study

# Tchibo – kampania ePR

## Sytuacja wyjściowa

Marka Tchibo prowadziła kampanię ATL związaną z kawą Tchibo Exclusive 100% Arabica. Jednym z obszarów komunikacji marki Tchibo było popularyzowanie wiedzy na temat kawy. W związku z powyższym marka Tchibo jako ekspert kawowy planowała wesprzeć swoje działania w kanale on-line, nawiązując przyjazne relacje z użytkownikami Internetu.

## Cel



Wsparcie kampanii ATL w kanale on-line poprzez współpracę z blogerami oraz serwisami kulinarnymi zainteresowanymi tematyką kawową oraz edukacją w zakresie kawy Tchibo Exclusive 100% Arabica.

## Grupa docelowa

→ Czytelnicy blogów kulinarnych, użytkownicy serwisów kulinarnych oraz inne osoby zainteresowane tematyką kawową.

## Narzędzia i realizacja

Pozyskaliśmy łącznie 21 blogów i serwisów kulinarnych, na których zorganizowaliśmy konkursy dotyczące kawy Arabica. Stworzyliśmy bazę propozycji konkursów, spośród których mogli wybierać blogerzy. Właściciele blogów otrzymali miły upominek oraz support w postaci kompendium wiedzy o kawie i wsparcie graficzne.



## Rezultaty

**21 pozyskanych blogów** i serwisów kulinarnych.  
 Ponad **2,5 mln** wizyt na stronach z publikacją konkursów.  
 Ponad **800** uczestników.  
 Koszt pozyskania konkursowicza – **0,011 PLN**  
 Obiecujące relacje z blogerami.