

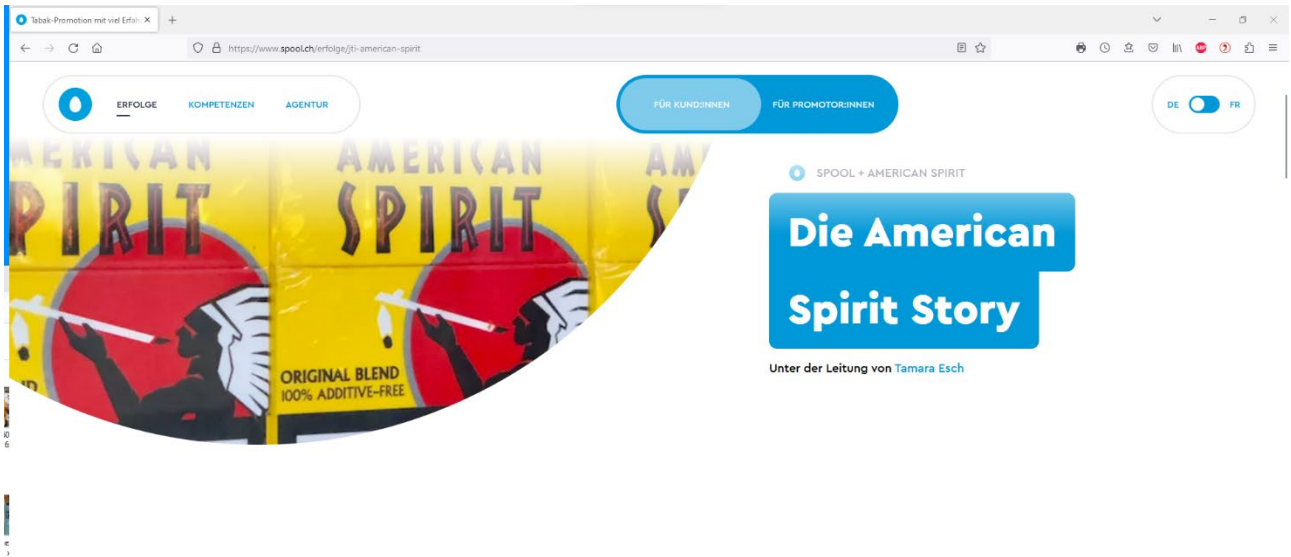
Kinder
ohne Tabak
JA
am 13. Februar

Giovani
senza tabacco
SÌ
il 13 febbraio

Enfants
sans tabac
OUI
le 13 février

Uffants
senza tubac
GEA
il 13 da fevror





Eine Tabak-Promotion mit natürlichem Esprit.

Spool hat jahrelange Erfahrung in der Promotion von Tabakprodukten. Für American Spirit erzählen wir in Bars, Clubs, Restaurants und Festivals eine ganz besondere Story. Unsere Verkaufsteams sind mehrmals wöchentlich in verschiedenen Städten der deutschen und französischen Schweiz unterwegs und bringen Interessent:innen die spannende Geschichte von «Natural American Spirit» näher. Dazu gehört auch, dass wir mit sinnvollen Geschenken begeistern. Wer möchte, kann die Produkte von American Spirit gleich vor Ort erstehen. Ebenso klar ist, dass ausschliesslich Erwachsene angesprochen werden.





Sponsoring

Japan Tobacco International 1to1

https://compresso.ch/projects/japan-tobacco-international-1to1-festivals/

COMPRESSO

Japan Tobacco International 1to1 @ Festivals

Auftrag

Japan Tobacco International (JTI) ist der drittgrösste Tabakhersteller der Welt mit Hauptsitz in Genf. Mit einem Festival Trailer gebrandet für die Marke Natural American Spirit (NAS) tourt JTI an unterschiedlichen Musikfestivals in der Schweiz. Compresso wird hierfür damit beauftragt, 1to1 Promotionen an den Festival Standorten umzusetzen. Dabei übernimmt Compresso die Verantwortung für die Konzeption des Stand-Auftrittes, die Einsatzplanung, die Rekrutierung und Schulung des Personals, die Umsetzung der Einsätze sowie die laufende Überwachung und Auswertung der 1to1 Promotionen. Daneben zeichnet sich Compresso verantwortlich für einen Teil der Logistik sowie der Koordination mit dem Veranstalter im Vorfeld und vor Ort.

Umsetzung

Neben einem attraktiven Standauftritt, der sich auf den Verkauf aus und um den Trailer fokussiert, sind die Promoter ebenfalls mobil auf dem Festivalgelände unterwegs. Bei beiden Varianten werden Gadgets verteilt und Abverkäufe generiert. In der Lounge legen die RaucherInnen eine Pause vom Festival Getümmel ein und geniessen das Setting rund um ihren Lieblingsbrand.

Idee

Mit einem zum Brand passenden Festival Trailer für den Verkauf und einem separaten Loungebereich schafft NAS eine einladende Atmosphäre für die rauchende Zielkundschaft an den Festivals. Zudem werden an Festivals teils unterschiedliche Aktivierungen integriert. Die Stärkung der NAS Community und die Identifizierung mit der Marke liegen dabei im Fokus. Die kleinen Musikfestivals bringen dank ihrem urbanen, jungen und dynamischen Publikum die zu NAS passende Zielgruppe mit sich.



Kinder
ohne Tabak
JA
am 13. Februar

Giovani
senza tabacco
SÌ
il 13 febbraio

Enfants
sans tabac
OUI
le 13 février

Uffants
senza tubac
GEA
il 13 da fevror

