

Uppskattad och långvarig uppmärksamhet med kaffemuggar

Studenter älskar gratis och är närmast beroende av kaffe för att överleva. Detta har Up and coming tagit fasta på och utvecklat ett koncept som snabbt blivit vårt allra populäraste.

Konceptet fungerar så att Up and coming tillsammans med kunden tar fram profiltryckta engångsmuggar i miljövänligt papper. Muggarna delas ut till en utvald grupp studenter, antingen av kunden själv i samband med någon aktivitet eller genom Up and comings försorg. Studenterna kan sedan, under några veckor, byta in sin mugg mot en gratis påfyllning kaffe i något av de fik som serverar den aktuella målgruppen. Muggarna fungerar alltså som en slags värdecheck för en kaffe vid ett senare tillfälle.



Dels är det mycket uppskattat med gratis kaffe men framförallt kommer det ge en väldigt långvarig exponering. Ett stort problem med traditionella give aways är att de ofta försvinner rakt ner i en väska eller kasse och sedan glöms bort. När man istället får en kaffemugg kommer många studenter att gå och hämta ut sin kaffe direkt. Inom kort kommer området att vimla av studenter ur målgruppen som bär runt på Ert varumärke, vilket uppmärksammas och lockar än fler kaffesugna studenter.

Samtidigt kommer en del av studenterna att vara på språng och istället ta med sig muggen hem med en ambition att byta in den mot en kaffe inom kort. Men sedan vet man hur det är, man glömmor bort att ta med den och det dröjer ett tag innan det blir av. Under tiden kommer den finnas där, hemma hos målgruppen, och varje gång man ser den kommer man tänka att; *"Just det, Företaget X bjuder på kaffe, den måste jag se till att ta med mig imorgon!"* Det är ett perfekt sätt att kombinera stor good will med ett sätt att få in Ert varumärke i målgruppens hem.

Tillsammans med energibolaget Fortum genomförde vi den här kampanjen riktad mot teknologstudenter vid både Uppsala och Linköpings Universitet nu under hösten och konceptet var mycket lyckat. Under fyra dagar delades 5000 muggar ut till intresserade och kaffesugna ingenjörsstudenter. Studenterna uppskattade konceptet tyckte det var en rolig grej. Muggarna byttes in kontinuerligt under två veckor vilket visar på kampanjens livslängd.



Vi hade höga förväntningar på eventet och dessa infriades.

Vi var mycket nöjda med Up and comings bemötande.



Up and coming skötte även all administration, från kontakt med berörda studentkårer till bokning av lokal och utställningsplats. Fortums representanter var mycket nöjda med genomförandet och man utvärderar nu i vilken omfattning man ska gå vidare med fler kampanjer vid andra lärosäten.

-Kajsa Wedar

HR Expert, Resourcing and Employer Image
Fortum

