

Coca-Cola®

ГЛОБАЛНА МАРКА № 1

ПАЗАР

Coca-Cola е не просто марка номер едно в света – тя е най-познатата марка на всички времена. Формата на бутилката и характерният шрифт са сред най-популярните търговски символи – познават ги 98% от жителите на земното кълбо. Всяка секунда на планетата се консумират седем хиляди бутилки Coca-Cola. Дневно в България се изпиват повече от два милиона чаши. България е и първата страна в Централна и Източна Европа, в която по времето на социализма през 1965 г. започва производството на Coca-Cola. Днес това е най-предпочитаната безалкохолна напитка в страната.



сува Дядо Коледа в червено-бели одежди – образ, който хората по цял свят харесват



и досега. Така инициативата на Coca-Cola, започнала като рекламна кампания, се превръща в традиция.

ИСТОРИЯ

Coca-Cola е „родена“ на 8 май 1886 г. в Атланта, Джорджия. Според легендата д-р Джон Пембертън, местен фармацевт, произвел сиропа за Coca-Cola в месингово канче на триножник в задния си двор. Той занесъл малко от новия продукт в близката аптека, където го опитали, провъзгласили го за отличен и го изложили за прован като газирана напитка. През първите осем месеца се продавали едва по девет чаши дневно.

Логото на напитката не е дело на художник, а на Франк Робинсън, съдружник на д-р Пембертън и негов счетоводител. Смятайки, че „двете С ще изглеждат добре в рекламите“, Робинсън предложил името и начина на изписване на известната марка с уникален шрифт. Скоро в аптеката била окачена обикновена табела от мушам, гласяща „Пиете Coca-Cola“. На 29 май 1886 г. в местния The Atlanta Journal се появила и първата печатна реклама, обявяваща, че напитката е „Вкусна и освежаваща“ – тема, която продължава да се използва до днес.

Д-р Пембертън никога не разбрал за потенциала на пиетето, което създал. Болен и нуждаещ се от средства, той прогал част от своя дял във фирмата. Слег смъртта му през 1888 г. А. Дж. Кендлър, фармацевт и бизнесмен, закупил всички останали дялове на

Пембертън. Г-н Кендлър разпознал огромните възможности в Coca-Cola и се сдобил с пълен контрол за 2300 US \$ през 1891 г. На следващата година той, брат му Джон, Франк Робинсън и още двама съдружници създали акционерното дружество The Coca-Cola Company. Търговската марка Coca-Cola е регистрирана в Патентното ведомство на САЩ на 31 януари 1893 г. През 1894 г. е открит първият извън Атланта цех за производство на сиропа – в Далас, Тексас. През следващата година са открити още два – в Чикаго и Лос Анджелис. Отново през 1894 г. търговецът Джоузеф А. Биденхарн от Виксбърг, Мисисипи, първи започнал да бутилира Coca-Cola, като инсталирал бутилираща машина в магазина си за захарни изделия.

През 1899 г. станало възможно и бутилиране в по-големи мащаби. Бенджамин Томас и Джоузеф Уайтхед от Чатануга, Тенеси, си осигурили от Кендлър изключителните права да бутират и продават напитката. Двамата постепенно създали и други заводи, което всъщност поставило началото на днешната мрежа от локални независими бутилиращи компании, обхващаща целия свят. Тази система е гръбнакът на The Coca-Cola Company и през XXI век.

През 1916 г. компанията Coca-Cola пуска на пазара и бутилката с уникален контур, който е разпознаваем навсякъде по света до ден днешен.

ПРОДУКТЪТ

Рецептата на Coca-Cola е легендарна търговска тайна. Това е част от почти мистичния ореол на продукта. Твърди се, че оригиналното копие със съставките се пази в главния трезор на Сън Тръст Банк в Атланта. Всички обаче знаят, че Coca-Cola е най-харесваната напитка, измисляна досега, и единствената, която освежава не само тялото, но и духа.

Днес на българския пазар се предлагат търговските марки – собственост на компанията: Coca-Cola, Coca-Cola light, Fanta, Sprite, Kinley, Schweppes, Sappo, Sappo Tempo, Nestea, Bunn и минерална вода „Банка – извор на живот“.

ПОСТИЖЕНИЯ НА МАРКАТА

Coca-Cola е дала на маркетинга няколко революционни нововъведения. През двадесетте години на миналия век компанията пуска на пазара мултикартонена опаковка от шест бутилки. През 1929 г. се появява и металната хладилна ракла. Четири години по-късно, на Световното изложение в Чикаго, компанията представя автомат за газирани напитки, а през 1960 г. по рафтовете на магазините се появяват първите метални кутии Coca-Cola. През 1977 г. се лансира и първата двулитрова пластмасова бутилка. Търговската марка е прокарала пътя на радио- и телевизионната реклама и спонсорството на известни събития. Coca-Cola е първият и най-дългогодишен партньор

на Олимпийските игри – началото е поставено през 1928 г. в Амстердам и не е прекъсвано досега. От 1978 г. компанията спонсорира и всяко Световно първенство по футбол.

Образът на Дядо Коледа също е изключителна заслуга на Coca-Cola. През двадесетте години на XX в. компанията използва Добрия старец в рекламната кампания „За жаждата няма сезони“. През 1931 г. илюстраторът Хедън Сьнблум за първи път ри-



СЪВРЕМЕННО РАЗВИТИЕ

Консуматорите на Соса-Сола се променят, развиват, а с тях и техните потребности. През 2006 г. след продължителен пазарен тест Соса-Сола лансира на българския пазар нова опаковка от 1,250 л в кампанията под наслов „Светът е за двамата“. През март същата година Соса-Сола пушна и нова ултралека стъклена бутылка от 250 мл за Соса-Сола и Соса-Сола light. Продукт на най-съвременни технологии, тя се доближава максимално до оригиналната контурна бутылка Соса-Сола от 1916 г.



ПРОМОЦИЯ

Под наслов „40 години на една вълна, 40 години Соса-Сола в България“ през 2005 г. Соса-Сола отпразнува своята годишнина от стъпването си на българския пазар. За мащабната кампания беше заснет телевизионен клип – музикална разходка през годините на Соса-Сола в България. Издаден беше и CD албум „40 години на вълната на музиката“ с емблематични български песни, изпълнени от съвременните звезди на България и поднесени на живо на грандиозен концерт в НДК. За да сподели с всички своята богата история, компанията издаде и книгата „40 години Соса-Сола в България. Тук сме, за да бъдем“ и откри единствената по рода си музикална арт инсталация. Тя представлява конструкция от две контурни бутылки Соса-Сола, високи повече от четири метра и свързани помежду си от динамична вълна. Инсталацията е изградена от два успоредни реда чанове, които при допир или само от полъха на вятъра създават мелодия. След като радва жителите и гостите на София край езерото Ариана през май и юни 2005 г., тя беше монтирана пред производствения център на компанията в Костинброд.

През 2006 г. новата ултралека бутылка от 250 мл също беше промоцирана изключително атрактивно чрез грандиозния музикален поход „250 киловата Соса-Сола настроение“. Събитието събра култови



диджеи, танцьори на открити платформи и над три хиляди участници. Така компанията възроди по нов и впечатляващ начин концепцията за street parade – 250 минути музика, 250 мл настроение, много нови приятели. Като компания с изключително съзнание за корпоративната отговорност, Соса-Сола разработва и провежда програми в сферата на образованието, спорта, опазването на околната среда и благотворителната дейност. В България Соса-Сола е сред инициаторите на Олимпийската образователна програма, която



достига до 250 хиляди деца през 2004 г., както и на Първата национална дарителска кампания „Книги на моето детство“ през 2005 г. В сътрудничество с Българския Червен кръст и под патронажа на Зорка Първанова. Тогава над шест хиляди индивидуални дарители подариха над 21 хиляди детски книги на 130 училища, библиотеки и читалнища в цялата страна. Всяка година повече от 25 хиляди младежи участват в спортни и образователни инициативи на Соса-Сола, а над две хиляди деца посещават производствените центрове и офисите на компанията. По случай своята 40-годишнина, през 2005 г. Соса-Сола дари водопровод на жителите на Костинброд. Така летният режим на водата

за няколко квартала на града



приключи, след като липсата на постоянно водоснабдяване от май до октомври е била проблем на общината четири десетилетия.

Традиционно Соса-Сола гарява на жителите и гостите на София най-голямото коледно дърво.



ЦЕННОСТИ НА МАРКАТА

Соса-Сола е повече от марка. Тя е символ, присъства в живота на хората всеки ден. Затова в САЩ през април 2006 г. стартира новата комуникационна стратегия на Соса-Сола – The Coke Side of Life. През юли тя започна и в България под слогана „Жажда за живот“. Основните ценности на марката се съдържат именно в отправената чрез този слоган покана „да бъдеш оптимист, да бъдеш сигурен, да бъдеш спонтанен, да обичаш живота“.

www.coca-cola.com
www.coca-cola.bg

ФАКТИ, КОИТО НЕ ЗНАЕТЕ

Coca-Cola

- Соса-Сола е втората най-разпознаваема гума в света след ОК.
- В музея „Светът на Соса-Сола“ в Атланта се намират писаната на ръка книга с рецепти на Джон Пембъртън и оригиналният патентен документ. От откриването му през 1990 г. досега музеят е бил посетен от над шест милиона души.
- Когато САЩ влизат във Втората световна война, Соса-Сола е раздавана безплатно на американските войници като „патриотична напитка“.
- Художникът Сънблум рисува Дядо Коледа в продължение на три десетилетия, като последният образ е завършен през 1964 г.
- В около 60 модни нощни клубове в света Соса-Сола се предлага в дизайнерски алуминиеви бутылки с гравирани графики и светещи на тъмно. Те не се продават по магазините.