



21.04

# DIGITAL BRAND DAY

Раджабова Карина



# ПРОБЛЕМЫ, С КОТОРЫМИ МЫ СТОЛКНУЛИСЬ В 2022 ГОДУ

Снижение трафика  
и покупательской  
активности

01

Поход в кафе  
для людей стал  
ассоциироваться  
больше с отдыхом  
и поощрением,  
нежели чем  
с ежедневной  
рутиной

02

Невозможность  
так же эффективно,  
как ранее,  
использовать  
META\*

\*Запрещенная в РФ организация

03

# ЗАДАЧИ, КОТОРЫЕ МЫ ДЛЯ СЕБЯ ОПРЕДЕЛИЛИ

Улучшить user  
experience

01

Привлечь новый  
трафик и для его  
удержания выстроить  
эмоциональную  
привязанность гостя  
к бренду

02

Найти альтернативу  
коллаборациям  
с блогерами,  
результатом которых  
стали бы обмен  
трафиком и позитивное  
влияние на имидж  
бренда

03

# РЕШЕНИЯ, К КОТОРЫМ МЫ ПРИШЛИ

Интересные  
эмоционально  
окрашенные  
коллаборации  
с digital-бизнесом



Мы не просто продаем свою продукцию  
на digital-платформах и ограничиваемся  
стандартными кросс-промо, а работаем  
на user experience и выстраиваем  
долгосрочные отношения с гостями



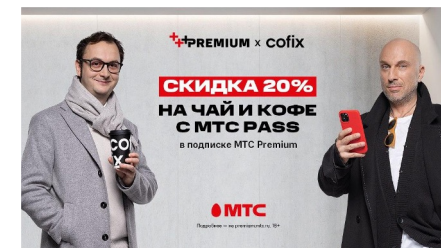
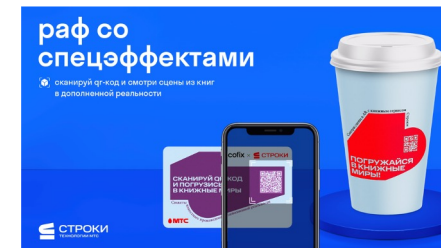
## СПЕЦПРОЕКТ С **ALIEXPRESS** И **CARDS AND CARE**



## СПЕЦПРОЕКТ С ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПЛАТФОРМОЙ **SKILLBOX**



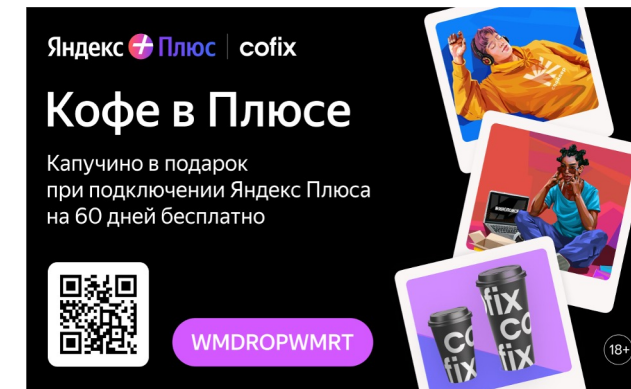
## ПАРТНЕРСТВО С **MTC**: СТРОКИ, PREMIUM, CASHBACK



## КОЛЛАБОРАЦИЯ С **КИНОПОИСКОМ** И **BUBBLE COMICS** ГРОМ: ТРУДНОЕ ДЕТСТВО



## ПРОМОКАМПАНИЯ С **ЯНДЕКС ПЛЮСОМ**



# СПЕЦПРОЕКТ С ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПЛАТФОРМОЙ SKILLBOX

- Влияние на имидж бренда, user experience
- Построение эмоциональной привязанности к бренду – гость причастен к чему-то большему

**4 500 000**

ТИРАЖ СТАКАНОВ

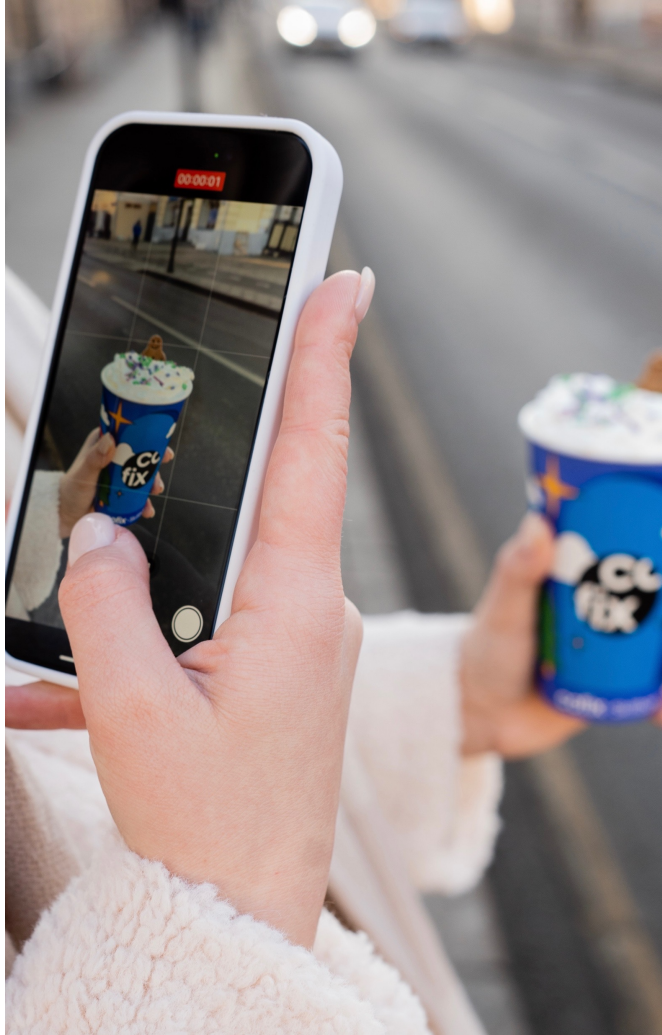
**157**

УЧАСТНИКОВ



[СМОТРЕТЬ РОЛИК](#)





**[NR]** NEW RETAIL Посмотреть медиакит

🏠 [НОВОСТИ](#) [БИЗНЕС](#) [МАРКЕТИНГ](#) [ТЕХНОЛОГИИ](#) [МАГАЗИНЫ](#) [ПЕРСОНЫ](#)

[Главная](#) / [Бизнес](#) / [Кейсы](#) / [Как в Соfix запустили конкурс начинающих дизайнеров и изменили подход к созданию упаковки](#)

### Как в Соfix запустили конкурс начинающих дизайнеров и изменили подход к созданию упаковки

**CRISPY news**

🏠 [ПРОДУКТЫ](#) [БИЗНЕС](#) [ЭКОНОМИКА](#) [ОБЩЕСТВО](#) [ТЕХНОЛОГИИ](#) [ПРОФУД](#) [СОВЕТ](#) [МЕРОПРИЯТИЯ](#)

[Главная](#) / [2022](#) / [Декабрь](#) / [1](#) / [Бизнес](#) / [Соfix и Skillbox создали зимний стакан](#)

Соfix и Skillbox создали зимний стакан

**buybrand.ru**

### Кофейни Соfix перешли на «зимние» дизайнерские стаканы

01.12.2022 774

дизайн разработали ученики Skillbox

Международная сеть Соfix, развивающаяся в России по франшизе, перешла кофейни на дизайнерские стаканы, созданные победителями совместного конкурса Соfix и образовательной платформы Skillbox. С 1 декабря по 28 февраля посетители кофейен смогут наслаждаться горячими напитками из стаканов, украшенных работами Алёны Трэн и Анны Вачевских.

**vc.ru**

Маркетинг Skillbox 27 янв в 12:42

### Как Соfix проводит концептуальный ребрендинг

В начале декабря в кофейнях Соfix появились новые зимние стаканы — их концепты были созданы студентами курсов «Цифрового дизайна» в Skillbox. Кофейня уже не первый раз задействует в своих проектах начинающих креаторов. Все это является частью большого смыслового ребрендинга, о котором нам захотелось узнать подробнее. В материале — самое интересное из беседы с руководителем отдела маркетинга сети кофейен Соfix Кариной Раджабовой и креатором Соfix Дмитрием Московским.

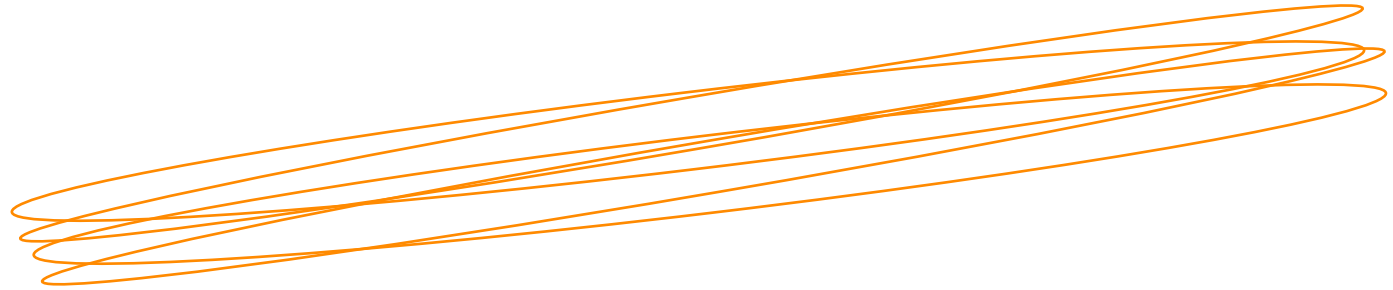
4614 просмотров

AdYummy!

Студенты Skillbox создали дизайн новогодних стаканчиков Соfix. В России будут представлены сине-фиолетовые, вдохновленные городскими ритмами, а в Беларуси — красные — по мотивам фильмов о подростковой любви из 80-х.

👍 15 ❤️ 7 🗨️ 2 🔄 2 1151 15:39

4 comments





# КОЛЛАБОРАЦИЯ С КИНОПОИСКОМ И BUBBLE COMICS

## ГРОМ: ТРУДНОЕ ДЕТСТВО

- Влияние на имидж бренда, user experience
- Привлечение новой аудитории
- Завоевание новой возрастной группы 12-15 лет
- Повышение среднего чека, его наполненности
- Удержание текущей аудитории



### HIGHLIGHTS

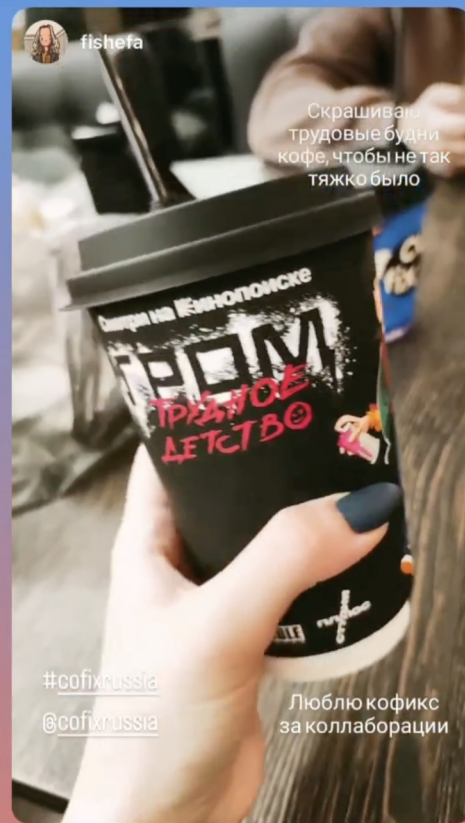
**90%**

ОТ ОБЪЕМА ЗАКАЗАННЫХ СТАКАНОВ БЫЛИ  
ПРОДАНЫ ЗА ПЕРВЫЕ 2 НЕДЕЛИ

**16%**

СОСТАВИЛ RETENTION RATE





cofix

BUBBLE bubble\_comics



1 178 likes

bubble\_comics ⚡ КАК МОЛНИЕНОСНЫ ПОКЛОННИКИ ГРОМА ⚡

Стаканчики с крутым принтом почти закончились! Спешите скорее в ближайшую кофейню Cofix и попробуйте Гром-капучино 😊

# РЕЗУЛЬТАТЫ

По данным бренд-трекера, который мы провели в начале 2023 года

**на 7%**

УВЕЛИЧИЛОСЬ ЗНАНИЕ БРЕНДА ЗА 2022 ГОД

**на 5%**

ВЫРОС TOP OF MIND



**на 6%**

ВЫРОС RETENTION RATE



БРЕНД	TOP OF MIND	BRAND AWARENESS	RETENTION
Вкусно и точка	19%	45%	68%
Шоколадница	20%	41%	46%
KFC	12%	38%	52%
Burger King	6%	28%	51%
<b>Cofix</b>	<b>9%</b>	<b>17%</b>	<b>58%</b>
Кофе Хауз	4%	11%	42%
One Price Coffee	1%	3%	43%
Stars Coffee	0%	2%	39%
ДаблБи	0%	2%	37%
Coffee Like	1%	1%	56%

# ЧТО МЫ ЖДЕМ ОТ DIGITAL-БИЗНЕСА

---



Более креативного подхода и возможности создавать эмоционально окрашенные проекты-коллаборации



Обмен трафиком через взаимопроникновение программ лояльности, чтобы сотрудничество с digital-платформами могло стать для нас временной альтернативой коллабораций с блогерами

