



KONKURRANSE: Det var stor interesse for konkurransen. For hvert innleverte svar ble et tre plantet i Afrika.

Eventkampanje ga 1000 trær

SCA ruller ut ny eventkampanje for sine ECO-produkter i Ultra etter suksess med kampanjer i Ica Maxi i fjor. Det betyr flere trær Afrika.

AV PÅL H. CHRISTIANSEN

pal.christiansen@dagligvarehandelen.com

SCA lanserte i fjor nytt Edet tørke- og toalettpapir under merkenavnet Eco.

Under lanseringen i september benyttet de seg samtidig av event i butikk. Bak kampanjen stod Fresch Thinking, og et viktig element var

«Nå gleder vi oss til å benytte det samme konseptet i Ultra»

en konkurranse med spørsmål rundt temaet miljø.

Stor salgsøkning

I denne forbindelse støttet man blant annet et treplantningsprosjekt i Afrika, hvor man for hvert svar på konkurransen kjøpte ett tre. Dette skapte stor interesse og over 1000 trær ble plantet gjennom aktiviteter i de åtte butikkene.

Eventkampanjen ble gjennomført i åtte Ica Maxi butikker. Salgstallene viser en økning for Eco-tørkepapir på 784 prosent de to ukene eventet ble gjennomført, sammenlignet med de to foregående ukene. For Eco-toalettpapir var salgsøkningen på hele 733 prosent.

- Dette er vi svært fornøyd med. I tillegg til en salgsøkning under kampanjeukene ser vi også at salget

KAMPANJE

økte betraktelig ukene etterpå. Nå gleder vi oss til å benytte det samme konseptet i Ultra, sier Nina Granskogen, trade marketing manager i SCA.

SCA tenker nytt

Rådgiver Espen Hermansen i Fresch Thinking var ansvarlig for utvikling av kampanjen og syntes den var en morsom utfordring.

- Eco-produktene er mer miljøvennlige, og dette var noe vi ønsket å spille på, forklarer han.

Hermansen berømmer SCA for å velge å tenke nytt og prøve andre spennende løsninger enn de mer tradisjonelle mediene, som kanskje hadde vært enklest i denne sammenheng.

- Dette er nok også et resultat av en ny mediehverdag der det for mange merkevareleverandører er nødvendig å gjennomføre aktiviteter som demonstrasjoner i butikk og events, sier Hermansen.

Bra med miljøoppmerksomhet

- Vi ønsket å gjøre noe rundt denne lanseringen, men var i tvil om hva. Papir er jo tradisjonelt en kategori som ikke alltid er så lett å aktivisere. Vi er glad for byrået vårt Fresch Thinking kom opp med den gode idéen. Eco-papiret er også noe helt nytt på markedet, og det er fint at mer miljøvennlige produkter får såpass stor oppmerksomhet, synes Nina Granskogen. ■