

# DAGENS MEDIA

---

2007-02-02 15:33

## Minute Maid introduceras med hjälp av Buzzador

**Coca Cola lanserar hälsojuicen Minute Maid med hjälp av det buzz-skapande företaget Buzzador. Introduktionen innebär att Coca Cola ger sig in i ett helt nytt segment.**

Med hjälp av Buzzador har Coca Cola valt ut 2.000 ambassadörer som ska bjuda hem elva vänner till provsmakning. De får sedan fylla i ett formulär om vad de tyckte om produkten.

- När man gör vanliga samplingar så är det svårt att träffa rätt i målgruppen och att hitta rätt tillfälle. Här får vi cirka 24.000 riktade provsmakningar, säger Anna Norrlin, produktchef för Minute Maid.

Print drar igång i nästa vecka och utomhus startar 12 februari och sitter uppe i två veckor. Print ska rulla under hela våren. Bakom kampanjen står reklambyrån Publicis. Det blir även traditionell sampling.

- Vi har valt medium där vi kan koncentrera oss på att kommunicera fördelen med produkten, därför går vi inte i tv.

Minute Maid konkurrerar dels med de juicevarumärken som redan finns på marknaden, och dels med andra drycker som kaffe och te.

Sverige är testmarknad när Minute Maid lanseras i Europa. Faller testet väl ut så ska juicerna spridas i övriga Norden och Europa. Målgrupp är hälsomedvetna män och kvinnor, med fokus på kvinnorna.

- Minute Maid är inte så känt i Sverige. När vi nu lanserar i PET-flaska är det viktigt att komma ut och synas så att folk får upp ögonen för juicen. Det är en stor satsning för oss.

Anna Norrlin vill inte uppge hur mycket kampanjen kostar. Mediebyrå är Initiative Universal Media. Coca Cola jobbar även med Prime PR och Zicada som står för samplingen.

Madeleine Östlund  
madeleine@dagensmedia.se