

تقييم برنامج الاتصالات التسويقية المتكاملة لشركة كوكاكولا

مقدمة

تعدّ كوكاكولا من أنجح العلامات التجارية عالميًا، إذ تنجح في توحيد رسائلها التسويقية عبر مختلف القنوات، وتربط علامتها التجارية بمفاهيم السعادة والمشاركة واللحظات الجميلة.



حملة Share a Coke

تحليل الجمهور المستهدف

تستهدف الشركة فئة الشباب والعائلات ومحبي الرياضة، كما تعتمد في استراتيجيتها على فهم سلوك الجمهور والتفاعل معه عبر وسائل التواصل الاجتماعي. ومن أبرز الأمثلة على ذلك حملة Share a Coke، التي استبدلت الشعار التقليدي بأسماء الأشخاص لزيادة التفاعل والارتباط الشخصي بالعلامة التجارية.



رعاية كوكاكولا لكأس العالم

الهوية الاتصالية

ترسخ كوكاكولا صورة ذهنية قائمة على السعادة والصدقة والمشاركة، مع الحفاظ على اللون الأحمر والشعار المميز في جميع حملاتها الإعلانية، بما يعزز التعرف الفوري على العلامة التجارية.



إعلان يعكس المشاركة العائلية

تقييم العناصر

تعتمد كوكاكولا على مزيج متكامل من الإعلان، والتسويق الرقمي، والعلاقات العامة، والرعاية، ووسائل التواصل الاجتماعي، بشكل متكامل ومتناسق، مما يعزز من انتشار العلامة التجارية وولاء العملاء لها.

التقييم النهائي

من وجهة نظري، نجحت كوكاكولا في تطبيق مفهوم الاتصالات التسويقية المتكاملة بتميز، وذلك بفضل توحيد الرسائل والهوية البصرية عبر جميع القنوات، واستخدام حملات إبداعية فعّالة مثل حملة Share a Coke.

Rawan Mostafa Almuzain