

# Nieuw energie drankje Nalu

## Coca-Cola en De Telegraaf

Ter introductie van het nieuwe drankje Nalu in Nederland, zocht Coca-Cola naar innovatieve manieren om mensen bekend te maken met de nieuwe energie drank. Op 15 treinstations door heel Nederland werden 40.000 cans uitgedeeld. We plaatsten iBeacons in kleding, promotiemateriaal en 40 Kiosk winkels. Het apparaatje zond een bluetooth signaal naar o.a. de Telegraaf app, waardoor er nog een contactmoment gecreëerd werd met een passende aanbieding van het drankje. Deze case toont hoe een mooie mix van offline en online communicatie, gecombineerd met een knap staaltje nieuwe mediatechniek via iBeacons, interessante inzichten in het winkelgedrag in kaart brengt. Dat smaakt naar meer!

“ Fijn om TMG als partner te hebben die open staat voor innovatieve pilots

*Deli Bom - Manager Digital Shopper Marketing at Coca-Cola Enterprises*



**inBeacon**  
be there, be relevant

raaf app

