

TVCM

TVCMは、商品認知と飲用シーンをターゲットに分かりやすく届けるために、オフィスを舞台に商品特長をお伝えします。「BIZ TIME CAFE BLACK」が、休むことなく仕事をしながらも“おいしく飲める”ということ、イスから立ち上がる暇もなくオフィスを駆け抜けるビジネスマンたちで表現しました。

CMストーリー

エレベーターが開くと同時に、イスをこぎながらオフィスを駆け抜けるビジネスマン達。ビジネスは休んでるヒマはない。ましてやイスから立ち上がってる暇もない。そんな彼らの手元には、大容量・しっかりした味が続く「BIZ TIME CAFE BLACK」。仕事をしながらも、おいしく飲んでビジネスダービーを駆け抜けるのであります。

放映概要

放映開始 : 2008年4月7日より

放映エリア : 全国主要都市



さあ、
一斉にスタート、



大容量



いいスタートだ



しっかり味、



ビスタイム



しっかり味が、
続く、



今日もしっかり続く、
しっかり味で、



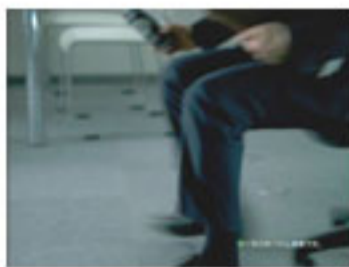
まだ続く～。



ビジネスシーンを
駆け抜けております



しっかり味、続くブラック。



一缶で二缶分は
あろうかという



ビスタイムカフェ。

交通広告

交通広告は、通勤時の理解促進メディアとして、首都圏・東海・大阪エリアにて展開します。長期間、掲示することにより、商品認知と理解を高めていきます。



雑誌広告

特定のターゲットおよびシーンに特化した「BIZ TIME CAFE BLACK」の効果的な訴求のために、ビジネスマンの情報収集媒体として欠かせない“雑誌媒体”を活用します。それぞれの雑誌が持つブランドイメージを活用した商品認知や理解促進を行うとともに、タイアップの消費者キャンペーンも実施します。

【日経ビジネスAssocie】

ターゲット層の目標となる著名人から「BIZ TIME CAFE BLACK」を語ってもらうことで、ブランドイメージを醸成します。

【Gainer】

「BIZ TIME CAFE BLACK」ユーザーからの紹介により、ターゲットである読者に対し共感性の高いメッセージとして商品特長を伝えます。あわせて誌面連動の消費者キャンペーンを実施します。