

Coca-Cola – від «аптечного препарату» до відомого бренду

«День народження» напій Coca-Cola відзначає 8 травня 1886 року, коли колишній військовий Джон Пембертон винайшов його рецепт.

Почалася ж історія цього, навіть за американськими мірками неймовірно успішного бізнесу, як часто трапляється, з дрібниці – домашнього рецепта, складеного хіміком-аматором і за сумісництвом власником невеликої фармацевтичної фірми Джоном Пембертоном в Атланті (штат Джорджія, США).

Він запропонував «аптечний препарат» – новий сироп для лікування нервових розладів, втоми і стресу. Автор напою заявляв, що він допоможе перемогти імпотенцію і тягу до морфію: раніше до його складу входив кокаїн, який вважався не те що безпечним, а навіть корисним інгредієнтом.

Колишній армійський кавалерист, капітан Пембертон після поразки конфедератів виявився не при справах і був змушений крутитися, щоб звести кінці з кінцями. Перебравшись з рідного Коламбуса в Атланту, він відкрив фармацевтичну фірму, тому що з юних років захоплювався хімічними дослідженнями.

Зваривши сироп Пембертон покликав свого друга і бухгалтера Френка Робінсона (Frank M. Robinson) та поділився з ним відкриттям. Френк порадив йому записати цей чудовий рецепт і придумав назву продукту. Його перу також належить красивий каліграфічний шрифт, який прикрашає кожен пляшечку цього популярного напою.

Джон відніс його до найбільшої в місті аптеки «Джекобса» (Jacobs Pharmacy). Напій був запатентований як лікарський засіб «від будь-яких нервових розладів» і почав продаватися через автомат у цій міській аптеці. У той же день перші порції сиропу, по п'ять центів за склянку, були продані відвідувачам.

Основні інгредієнти Coca-Cola були такі: три частини листя коки (з цього ж листя отримували наркотик кокаїн) на одну частину горіхів тропічного дерева коли.

Виручка з продажів протягом першого року склала всього 50 доларів. Цікаво, що на виробництво кока-коли було витрачено 70 доларів, тобто в перший рік напій був збитковим.

У тому ж році, коли Пембертон придумав свій сироп, його здоров'я сильно похитнулося і він продав заповітну формулу та все необхідне обладнання різним партнерам, зокрема, дві третини своєї фірми Венейблу – першовідкривачу шипучого варіанту Coca-Cola. Інвентарний опис, складений Пембертоном до часу перепродажу бізнесу, дає нам ключ до ретельно

засекреченого рецепту Соса-Сола: олії лимона, лайма і мускатного горіха, екстракт мускату, екстракт листя коки, ванілін, цитрусова кислота, апельсиновий еліксир, масло неролі (з квіток апельсинового дерева) і кофеїн. В цілому за свій винахід автор отримав 2000 доларів.

Через два роки він помер у злиднях 16 серпня 1888 року і був похований на кладовищі для бідних. Тільки 70 років потому засновнику компанії Соса-Сола поставили кам'яний надгробок.

Однак історія сповнена несподіваних поворотів. Один з продавців «коли», пан Венейбл, одного разу розбавив сироп Пембертона не простою водою, а содовою. Насичена вуглекислотою «шипучка» дуже полюбилася населенню. Поступово популярність кока-коли зростала, і прибутки від її продажу теж.

Рецепт сиропу Пембертона купує підприємець Аза Гріггс Кендлер (Asa Griggs Candler, роки життя 1851 – 1929), емігрант з Ірландії, і таким чином, бізнес потрапляє в дуже надійні руки. Кендлер був зразком підприємливої і наполегливої ділової людини. Статутний капітал Соса-Сола в 1892 р дорівнював \$ 100 тис.

У 1893 році він реєструє торговий знак «Соса-Сола» і засновує однойменну компанію «The Coca-Cola Company». Якщо Пембертона прийнято вважати батьком самого напою, то Кендлера вважають батьком компанії, який зареєстрував товарний знак, заснував юридично саму компанію, вклав в неї гроші і перетворив на успішний бізнес.

Під керівництвом Кендлера інновації піддався як продукт, так і способи його просування. Бізнесмен взявся за вдосконалення рецепта напою для поліпшення смаку і збільшення терміну його придатності. Шляхом заміни свіжого листя коки на «вичавлені», зі складу газованої видаляють кокаїн, про шкodu якого заговорили в наукових колах. У пресі «колу» навіть називали причиною агресивної поведінки афроамериканців з бідних кварталів.

Введення в Атланті сухого закону сприяло поширенню напою. Соса-Сола була багато в чому зобов'язана винахідливості свого президента, який не втомлювався придумувати, кажучи сучасною мовою, ефективні маркетингові ходи.

Наприклад, Кендлер пропонував з рекламною метою безкоштовно поставити якій-небудь аптеці два галона сиропу (що відповідало 256 стандартним порціям готового напою) – в обмін на 128 імен і адрес її постійних клієнтів. Потім кожному з них висилали талон на придбання одного безкоштовного стаканчика Соса-Сола в зазначеній аптеці. Розрахунок був простий і точний: відвідувачі, спробувавши новий напій, замовлять ще

по одній порції, таким чином аптекар миттєво збуде всю партію товару, після чого обов'язково замовить ще. Крім того, Кендлер активно торгував годинниками, календарями і сувенірами з торговою маркою Соса-Сола. Сьогодні все це ази рекламної справи, але століття тому такі речі були в новинку, і з їх допомогою можна було творити чудеса.

Починаючи з 1903 р кокаїн був заборонений і рецепт коли переглянутий.

Велику роль в успіху компанії зіграла і загальнодоступність напою, коли його почали випускати в скляних пляшках. До 1894 року «колу» продавали на розлив, і Джозеф Біденхарн, бізнесмен з Міссісіпі, став першою людиною, упакувавши колу в склотару.

Він відправив 12 пляшок особисто пану Кендлеру, але той нововведення сприйняв без ентузіазму. Володіючи блискучою підприємницькою жилкою, він чомусь не зміг розгледіти велике майбутнє упаковки коли. У 1899 році два юриста, Бенджамін Томас і Джозеф Уайтхед, викупили у Кендлера за символічну плату в 1 \$ ексклюзивні права на розлив і продаж Соса-Сола в пляшках.

Бізнес стрімко пішов угору. У 1915 році Бенджамін Томас звертається до дизайнера Ерла Діна, щоб той придумав для пляшки «коли» оригінальну форму. З поставленим завданням – зробити склотару впізнаваною «на дотик, в темряві і навіть в розбитому вигляді» – креативщик впорався на «відмінно». І в 1916 році з'являється оригінальна пляшка Соса-Сола, яка зараз безпомилково виділяється споживачами в ряду конкурентів.

Зміна форми пляшки посприяла і підвищенню ефективності рекламних кампаній Соса-Сола, а також зміцненню іміджу бренду. Пляшку «вручають» Санта-Клаусу, який відтепер стає частим гостем на різдвяній рекламі цієї газованої води.

Сьогодні світова імперія Соса-Сола виглядає таким чином: 11 великих компаній-боттлерів, що працюють в масштабах декількох держав, і кілька десятків окремих підприємств-неконсолідованих боттлерів. Наприклад, Соса-Сола Enterprises Inc. працює в США (де виробляє приблизно 70% споживаних американцями напоїв) і в ряді країн Західної Європи. У 1996 році компанія придбала концентратів на 1,6 млрд доларів. Інший великий боттлер Соса-Сола Amatil Ltd. займає аналогічні позиції в країнах Азіатсько-Тихоокеанського регіону. У країнах Східної Європи працює Соса-Сола Hellenic Botling Company.

На даний момент існує близько 200 видів напоїв, які виробляє компанія Соса-Сола. Але трьом з них належить 80% від усього світового обсягу продажів – це Кока-Кола, Фанта і Спрайт. У світі випускається близько 70

сортів Фанти з найрізноманітнішими смаками (апельсиновим, лимонним, мандариновим, грейпфрутовим, ківі, дині, кавуна і т. д).

Кока-Коли існує 8 видів. Компанія Coca-Cola намагається задовольнити смаки всіх споживачів – вона випускає і висококалорійні напої, збагачені мінеральними речовинами. А ще компанія Coca-Cola випускає натуральні соки. Спільно з компанією Nestle випускається холодний чай – Nestea і холодна кава Nescafe. Влітку 1999 року Coca-Cola придбала всі права на торгову марку «Schweppes», що належить раніше компанії Cadbury.

На сьогоднішній день товарний знак Coca-Cola є найбільш відомим товарним знаком у світі, а компанія Кока-Кола – найвідомішою компанією на Землі. Торгову марку Coca-Cola знають 98% усього населення земної кулі. Coca-Cola продається майже в 200 країнах світу. Кожен день у всьому світі продається близько 1 мільярда одиниць продукції компанії.

Найвищий відсоток споживання в світі кока-коли на душу населення у двох країнах – це величезна континентальна субтропічна Мексика і крихітна острівна приполярна Ісландія.

О.К. Гальчинська