

ALLE JAHRE WIEDER: FERRERO PRALINEN KOMMEN ZURÜCK

Ferrero Pralinen: Nach der Sommerpause gab es in elf Städten live das „süßeste Wiedersehen des Jahres“



Ein ganzheitlicher Auftritt: Das Ferrero Promotionsteam

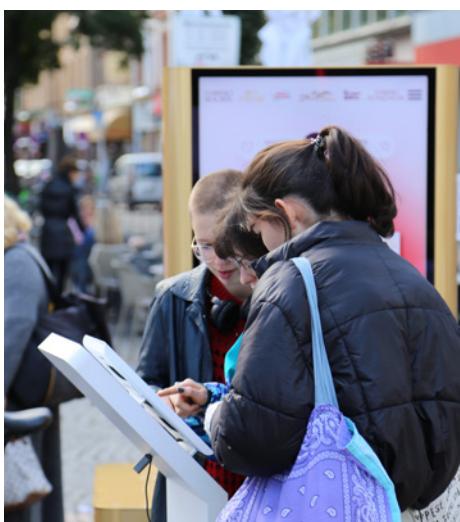
Bei der bundesweiten Reintro-Aktion der beliebten Ferrero Pralinen sollte die Markenwelt nach der Sommerpause adäquat auf die Straße gebracht werden. Bei dem „süßesten Wiedersehen des Jahres“ lag der Fokus auf Genuss, Hochwertigkeit, Interaktion und Aufmerksamkeitsstärke. MOVE it MEDIA erarbeitete ein mobiles Samplingkonzept, das viel direkten Kontakt generierte, die Online-Kampagne integrierte und die gewohnte Qualität des Produktes garantierte. Die Tour erwies sich als sehr erfolgreich, in nur 17 Aktionstagen konnten 267.500 Samples verteilt werden.



Die Promotion Areas waren durchgängig gut besucht



Erfreut sich großer Beliebtheit: Das mobile Game am ScreenBike kann via Terminal live gespielt werden



Pralinen frisch gekühlt aus dem CoolBike