

Marka Plusssz Active, ekspert od efektywnej i szybkiej nauki, ogłasza konkurs, którego laureat otrzyma stypendium na Harvardzie. Działania wspiera szeroko zakrojona kampania marketingowa w radiu, Internecie oraz na uczelniach w całej Polsce. Promocja rozpoczyna się 12 kwietnia i potrwa do końca czerwca br. Działania mają charakter wizerunkowy oraz prospdazowy.

Kampania promocyjna Plusssz Active ma zasięg ogólnopolski i jest skierowana do uczniów liceów, studentów uczelni wyższych oraz ich absolwentów. Wszyscy, którzy marzą o darmowych studiach na tej prestiżowej uczelni muszą **zalogować się** na stronie internetowej www.plusssz.pl i w dowolny sposób – za pomocą krótkiego opisu, zdjęcia lub filmiku – **zaprezentować** swój własny sposób na efektywną i szybką naukę. Następnie należy kupić **cztery opakowania** witaminowego preparatu wspomagającego pamięć i koncentrację Plusssz Active i **przesłać paragony** wraz z nadanym podczas logowania numerem rejestracji. Rozstrzygnięcie konkursu nastąpi na początku lipca. Autor najciekawszej prezentacji na temat „Twój sposób na efektywną naukę” wygra ufundowane przez markę **Plusssz Active** stypendium oraz kurs języka angielskiego przygotowujący do studiów na Harvardzie. Ponadto dziesięć kolejnych osób otrzyma nagrody w postaci dowolnie wybranego kursu językowego lub hobbystycznego do kwoty 3 000 PLN.

Szeroko zakrojona kampania promocyjna wykorzystuje działania ATL i BTL.

Spoty reklamowe zostaną wyemitowane w stacjach radiowych o zasięgu ogólnopolskim (m.in. RMF FM, RMF MAXXX, Radio Eska, Eska Rock, Antyradio, Planeta FM, Radio Roxy FM).

Intensywna kampania informacyjna zostanie także przeprowadzona w Internecie. Oprócz reklam bannerowych na portalach typu Gadu Gadu, Facebook, Google oraz Ad Words w wyszukiwarce Google, powstanie specjalny Funpage na Facebooku. Ponadto na stronie internetowej www.plusssz.pl zostanie utworzona zakładka, zawierająca szczegółowe informacje o konkursie, wypowiedzi ekspertów, ciekawostki oraz inne cenne informacje merytoryczne dotyczące Harvard University.

Tam też zostanie uruchomiony portal dla internautów zainteresowanych studiami na tej renomowanej uczelni.

W ramach działań BTL na ponad 100 uczelniach wyższych w całej Polsce zostaną umieszczone plakaty oraz odbędzie się dystrybucja ulotek. Zostaną również przeprowadzone akcje mailingowe do studentów. W największych ośrodkach akademickich w kraju zostaną rozmieszczone Air walle.

W działania zostaną zaangażowane również organizacje studenckie, których przedstawiciele na wykładach prześlą informacje o promocji. Za kreację kampanii odpowiedzialny jest Olgierd Hermanowicz, a za zakup mediów firma Zenith Optimedia. Działania marketingowe wspiera kampania public relations, którą prowadzi Agencja Kuźnia PR.

Kuźnia PR