
Zostało kilka dni, żeby przekonać się, czy będzie to ktoś, kto kocha adrenalinę i skoki na bungee, czy może wielbiciel romantycznych zachodów słońca w cieniu egzotycznych palm. O wszystkim zadecydują Internauci głosując do 29 września w konkursie fotograficznym KFC „Life tastes great!” na zdjęcia, które w najbardziej przekonujący sposób pokazują, jak wyjątkowo smakuje życie.

Twarz zwycięzcy konkursu pojawi się na jednym z billboardów reklamujących markę. Głosowanie nabiera tempa!

Finałowe zdjęcia zostaną wyłonione w głosowaniu Internautów 30 września, wraz z końcem drugiego etapu konkursu. Do tej pory, w ciągu miesiąca, oddano już blisko 17 000 tysięcy głosów, a ich liczba w ostatnich dniach rośnie w dużym tempie. Po zalogowaniu na stronie www.kfc.pl, każdy może wskazać najlepsze w swojej opinii zdjęcie. Osoba, która uzyska najwięcej głosów otrzyma nagrodę publiczności iPad Apple oraz 24 zaproszenia do restauracji KFC na dowolny zestaw. Najwyżej oceniana praca zebrała już ponad 1 700 głosów!

Autorzy 100 wyróżnionych zdjęć wezmą udział w decydującym, trzecim etapie konkursu. Ich prace poddane zostaną ocenie przez jury konkursowe, a ostateczne wyniki ogłoszone zostaną 15 października. Zwycięzca konkursu nie tylko pojawi się na billboardzie KFC z hasłem „Life tastes great”, ale także, w ramach nagrody głównej, otrzyma laptopa MacBook Pro Apple o wartości 5500 zł.

„Nasz konkurs rozpoczęliśmy wraz z początkiem wakacji - był to idealny moment, aby zaprosić fanów KFC do wspólnej zabawy. Poprosiliśmy, aby w duchu marki - „Life tastes great!” - pokazali nam jak smakują życie, jakie towarzyszą im przy tym emocje.” – mówi Maciej Jędrychowski z działu marketingu KFC. „Jak się okazuje, wielu z nich kojarzy smakowanie życia właśnie z beztroską wakacji, chociaż interpretowaną w bardzo różny sposób – od „słodkiego” lenistwa na plaży po ekstremalne wyzwania, jak skoki ze spadochronem, parkour czy motocross. Dla wielu osób szczególne przeżycia łączyły się z wyjątkowymi miejscami, dla innych ważniejsi od miejsc okazali się ludzie, z którymi można wspólnie dzielić emocje i wrażenia. Myślę, że takich emocji na pewno im nie zabraknie w ostatnim etapie naszego konkursu!”

Koncepcja konkursu opracowana została przez zespół marketingu marki KFC. Strona „Life tastes great!” dedykowana konkursowi przygotowana została przez agencję Genero. Działania promujące konkurs w Internecie zaplanowane zostały przez agencję Codemedia. Działania PR prowadzi agencja Solski Burson-Marsteller.

KFC