

Gorące hiszpańskie wieczory w międzynarodowym towarzystwie – to motyw przewodni nowej kampanii wizerunkowej FRoSTY. Akcja marketingowa wiodącego na rynku producenta mrożonej żywności rozpoczyna się dziś i potrwa do 27 lutego br. Celem działań jest zwiększenie świadomości produktów FRoSTY – dań gotowych i podkreślenie ich międzynarodowego charakteru.

Kampania przygotowana przez FRoSTĘ obejmuje spot reklamowy, konkurs konsumencki oraz działania w serwisie Facebook. Spoty reklamowe w dwóch wersjach 15 i 30 sekundowych, pojawią się w TVN, TVN Mix, TVP i ATMedia. Zakupem mediów zajął się dom mediowy MPG.

Bohaterowie nowego spotu reklamowego to ekspert kulinarny Piotr oraz jego przyjaciółka z Barcelony – Maria. Wspólnie przyrządzają oryginalne hiszpańskie danie – Paellę i spędzają romantyczny wieczór we dwoje. Zrealizowany na potrzeby kampanii spot obrazuje klimat hiszpańskich wieczorów i przyjemność przyrządzania dań gotowych FRoSTY.

Na początku lutego br. na stronie internetowej FRoSTY rozpocznie się fotograficzny konkurs konsumencki „Hiszpańskie Inspiracje”. Został on przygotowany specjalnie dla miłośników Hiszpanii.

Działania w serwisie Facebook będą oparte o kulinarne podróże Piotra po świecie. Internauci poznają tam najsmakowniejsze dania ze wszystkich kontynentów. Na fan page’u FRoSTY będzie można także śledzić na bieżąco przebieg konkursu konsumenckiego.

Spot reklamowy dostępny jest w serwisie YouTube pod adresem <http://www.youtube.com/watch?v=J52j2Bp0IE8>. Więcej informacji na www.frosta.pl oraz www.facebook.com/frosta.polska

FRoSTA