

# CORE4 for FMK

## **Product background:**

Horalky sú už 50 rokov najobľúbenejšie a najkúpovanejšie slovenské oblátky. Ročne sa predá a vyrobí 160.000.000 kusov. Ako málo produktov, dosiahli pozíciu "národnej hrdosti". Sú klasickou desiatou pre deti do školy, a obľúbeným spoločníkom na výletoch, pretože zasýtia a dodajú energiu. Po krku im však siahajú mnohé fake napodobneniny, čo vedie k nutnosti kampane.

## **Threat:**

Vzhľadom na ekonomickú situáciu sa objavila vhodná pôda pre predajne typu LIDL, ktoré predávajú podobný sortiment, ale lacnejší. To vytvára z dlhodobého hľadiska potenciálne nebezpečie pre značku Horalky.

## **Task:**

Pripomeňte Slovákom že majú byť na čo hrdí – Horalky = Lovemark. Že Horalky voria ich spomienky na detstvo a zážitky a že ich deti by si mali raz tiež na niečo pamätať. Vytvorte vysoko emočnú kampaň v digitále, s možným presahom do offline. Vytvorte si sekundárne ciele kampane. Čo budete dosahovať?

## **TG:**

Matka, aktívna v online priestore, 35 - 45 rokov, Stredný a vyšší zárobok, stredné a väčšie mestá

## **USP:**

Výnimočne chutná spomienka na kvalitné detstvo, ktorú chcem aj pre moje deti.

Vytvorte ucelený online koncept s možným presahom do ATL a BTL v zmysle zadania. Obrázky (skice) v akejkoľvek forme sú vítané, nie však nutné. Obhájte kreatívny koncept z hľadiska kreatívy ale aj funkčnosti a cieľov. Prihlášky posielajte na [core4@core4.sk](mailto:core4@core4.sk) pod heslom "FMK", následne vám, bude priradený čas dňa 1.12.2014. Osobná prezentácia v agentúre Core4. Prítomní: Creative director, Account Director, Senior Copywriter. 30 minút.