

כותרת המהלך: אין תחליף לגעגוע: כך הצליחה שטראוס לחזור מהמשבר הגדול

בתולדותיה חזקה מתמיד

שם החברה המשוקת: שטראוס עלית

משרד הפרסום: באומן בר ריבנאי

קטגוריה: מזון

הנחיות כלליות:

1. יש לספק דוגמא אחת בלבד לכל אחד מהאפיקים שציינתם בסעיף 13 בעבודה (מדיניות תקשורתית).
2. לגבי כל פריט, יש למלא את הפרטים המופיעים בשקף בלבד. אין לספק הסברים או מידע נוסף מעבר לנכתב בגוף ההגשה.
3. ניתן לצרף לינקים לסרטונים כפי שהוצגו במהלך עצמו. צירוף של סרטון קייס או כל מידע נוסף יוביל לפסילת העבודה.

תוצר קריאייטיב 1 – סרט ראשי

סרט ראשי

מועד עלייה לאוויר: 29/12/2022

מועד ירידה מהאוויר: 12/1/2023

ערוצי מדיה: TV, שילוט, דיגיטל
עיתונות

תקציב מדיה: 3.6M



תוצר קריאייטיב 2 – שילוט



מועד עלייה לאוויר: 18/12/2022

מועד ירידה מהאוויר: 27/12/2022

ערוצי מדיה: TV, שילוט, דיגיטל
עיתונות

תקציב מדיה: 3.6M

תוצר קריאייטיב 3 – אריזות



שם המוצר	חודש חזרה
שוקולד פרה חלב	דצמבר 2022
שוקולד פרה אורז	נובמבר 2022
פרה סוכריות קופצות	נובמבר 2022
פסק זמן קלאסי	דצמבר 2022
כיף כף	ינואר 2023
טעמי	נובמבר 2022
אגוזי	פברואר 2023
טורטית	נובמבר 2022
מקופלת	פברואר 2023
טוויסט	פברואר 2023
בפלות שוקולד 500	ינואר 2023
עד חצות	פברואר 2023

מועד עלייה לאוויר:

(כל חטיף הושק ככה עם החזרה שלו
בין נובמבר לינואר)

מועד ירידה מהאוויר:

ערוצי מדיה: TV, שילוט, דיגיטל עיתונות

תקציב מדיה: 3.6M

תוצר קריאייטיב 4 – משפיענים

מועד עלייה לאוויר: 25.8

מועד ירידה מהאוויר: 10.10

ערוצי מדיה: סושיאל מדיה

תקציב מדיה: 200א



תוצר קריאייטיב 5 – קנדי הוטל

מועד עלייה לאוויר: 27.12

מועד ירידה מהאוויר: 1.8

ערוצי מדיה:

תקציב מדיה: 510א

