

*Не очікували?!*



Нова **Milka Tuc** та **Milka Lu** – це інновативний продукт на ринку шоколаду

Це незвично смачне та ніжне поєднання найніжшого молочного шоколаду Мілка та солоного крекера Тук або солодкого бісквіта Лу



**HAVAS**  
**ENGAGE**

UKRAINE

*Ммммммм..... дуже смачний продукт..*



87г



З  
солодким  
бісквітом  
LU



87г



З солоним  
крекером  
Tuc



HAVAS  
ENGAGE

UKRAINE

## Що потрібно знати про новинку:

### Для кого

Для чоловіків та жінок, які споживають снеки декілька разів на день, щоб підняти собі настрій та зарядитися/відновити енергію

### Ідея продукту

Мілка Тук/Лу – це плитка, яка грайливо порушує правила

### Чому споживачам сподобається?

... тому що ніхто ніколи не створював таке незвичне поєднання шоколаду та плитки

### А що далі?

Споживачі будуть купувати Мілку Тук/Лу для перекусів протягом дня та перестануть купувати інші снеки (бісквіти, шоколадні батончики, вафлі)





## Вхідні дані

- Організація дегустації нового продукту Milka sandwich Tuc (Мілка сендвіч Тук) та Milka sandwich Luc (Мілка сендвіч Лу) серед необмеженого кола споживачів
- **Період проведення дегустації**
- 29 жовтня – 06 грудня 2015р. (6 тижнів)
- **Локації:** магазини мережі Сільпо (55) та ТРЦ (50), загалом 105 ТРТ
- **Графік роботи загальний для всіх**
- Четвер, п'ятниця з 16:00 до 21:00
- Субота, неділя з 13:00 до 18:00
- Загалом три хвили, тривалість однієї хвили два тижні
- Одночасно працює лише 35 локацій



## Формула успіху новинки проста:

вона неочікувана



- Незвичне поєднання інгредієнтів; незвичний смак
- Незвичне поєднання відомих брендів

... але зрозуміла



- Знайомий формат шоколадної плитки & знайоме поєднання смаків – усе спонукає спробувати новинку!

і дуже смачна



- споживчі дослідження показали, що продукт дійсно смачний

*Ніхто з конкурентів цього не робив, і ніхто не зможе повторити!*



HAVAS  
ENGAGE

UKRAINE

## Вхідні дані

- Організація дегустації нового продукту Milka sandwich Tuc (Мілка сендвіч Тук) та Milka sandwich Luc (Мілка сендвіч Лу) серед необмеженого кола споживачів
- **Період проведення дегустації**
- 29 жовтня – 06 грудня 2015р. (6 тижнів)
- **Локації:** магазини мережі Сільпо (55) та ТРЦ (50), загалом 105 ТРТ
- **Графік роботи загальний для всіх**
- Четвер, п'ятниця з 16:00 до 21:00
- Субота, неділя з 13:00 до 18:00
- Загалом три хвили, тривалість однієї хвили два тижні
- Одночасно працює лише 35 локацій



# Завдання

- Залучити до дегустації споживачів
- Донести унікальність та особливість новинки
- Залучити споживачів до участі у діджитал активності у соціальній мережі Фейсбук





## Акційна продукція

- Шоколад Мілка з солоним крекером ТУК 87г
- Шоколад Мілка з печивом ЛУ 87г



HAVAS  
ENGAGE

UKRAINE



## Промо-форма

- **Дівчата** працюють у жовтій спідниці, ліловій брендovanій кофтині (буде надано) та у бежевих капронових колготках та балетках (білі, сірі, бежеві, коричневі, чорні)
- **Хлопці** працюють у лілових регланах та жовтих брендovаних жилетах



HAVAS  
ENGAGE

UKRAINE

# Обладнання у магазинах мережі СІЛЬПО

- Серед наявного обладнання та матеріалів:
- Продукція
- Одноразові серветки
- Одноразові пластикові тарілки
- Одноразові рукавички
- Промо-стіл



## Механіка роботи у магазинах мережі СІЛЬПО

- На одній точці працює 2 промоутери дівчина та хлопець
- Вони анонсують проведення дегустації, коротко розказують про новинку
- Відповідають на питання споживачів
- Ведуть звітність
- Для проведення дегустації промоутери обережно у рукавичках розламують плитку на шматочки (1 плитка = 10 шматочків = 10 контактів)





## Обладнання у ТРЦ

- Серед наявного обладнання та матеріалів:
- Продукція
- Одноразові серветки
- Одноразові пластикові тарілки
- Одноразові рукавички
- Промо-стіл
- Аксесуари для фото
- Інформаційні листівки із діджитал механікою
- Картонна декорація на підлогу (1800\*70см) у формі плитки шоколаду



# Механіка роботи у магазинах мережі у ТРЦ

- На одній точці працює 2 промоутери дівчина та хлопець
- Вони анонсують проведення дегустації, коротко розказують про новинку
- Відповідають на питання споживачів
- Ведуть звітність
- Для проведення дегустації промоутери обережно у рукавичках розламують плитку на шматочки (1 плитка = 10 шматочків = 10 контактів)



## Діджитал активність **ЛИШЕ (!) У ТРЦ**

- У період проведення Акції пара Учасників має сфотографуватись в двох з одним чи декількома рекламними аксесуарами (окуляри, навушники, шарф, светр, тапочки величезного розміру), які знаходяться у промоутерів на території ТТ;
- У період проведення Акції один з Учасників, що є на фото, має зайти в свій аккаунт у соціальній мережі Фейсбук та завантажити фото з рекламними аксесуарами (окуляри, навушники, шарф, светр, тапочки величезного розміру) із #хештегом **#MILKASANDWICH** на Офіційній сторінці Milka соціальній мережі Фейсбук;
- Показати промоутерам фото, завантажене у своєму аккаунті в соціальній мережі Фейсбук на Офіційній сторінці Milka
- Фото має відповідати вимогам та не містити заборонених елементів, зображень, жестів і т.п.
- Щодня перші 50 пар (у кожному ТРЦ відповідно АП та графіку роботи) отримують цілу плитку шоколаду
- Детальні умови викладено у Офіційних правилах Акції





## Аксессуары для фото

- Окуляри, наушники, шарф, светр, тапочки величезного розміру



**HAVAS**  
**ENGAGE**

UKRAINE