

#KAMPANIA „Na drobiowej diecie z dzieckiem w duecie” – 2 edycja

Dla Krajowej Federacji Hodowców Drobiu i Producentów Jaj przeprowadziliśmy 2 kampanie promocyjno – informacyjne pn. „Zwalczanie mitów wśród lekarzy o szkodliwości mięsa drobiowego”. Kluczowym wyzwaniem, przed którym stanęliśmy była promocja mięsa drobiowego pochodzącego z polskich ferm wśród personelu medycznego, kobiet w ciąży i młodych mam. Efektywność kampanii oraz zapotrzebowanie na materiały promocyjne i edukacyjne były na tyle wysokie, że projekt doczekał się drugiej edycji. W obu edycjach posłużyliśmy się następującymi narzędziami marketingowymi:

#PROJEKT LOGOTYPU



na drobiowej diecie
z dzieckiem w duecie

#BROSZURY

Publikacje powstały we współpracy z dietetykiem. Zawierały fakty i mity dotyczące polskiego drobiu, przepisy i porady kulinarne, a także odpowiedzi na pytania najczęściej zadawane przez przyszłe mamy. Broszury zostały wysłane do 2 500 gabinetów ginekologicznych oraz szkół rodzenia w całej Polsce.



#GADŻETY



#KAMPANIA PRASOWA

Reklamy prasowe oraz artykuły sponsorowane ukazały się w wiodących czasopismach parentingowych – „Mamo to ja”, „Twoje dziecko”, „Będzie Mama” oraz „Dobra Mama”.



etui na karty kredytowe
200 szt.



kubek termiczny
230 szt.



notes ekologiczny
100 szt.

teczka z filcu
100 szt.



torby składane
1 900 szt.



kalendarze trójdzielne
2 600 szt.



roll-up'y

#POKAZY GOTOWANIA

Do realizacji tego przedsięwzięcia zaprosiliśmy znanych kucharzy Kubę Steuermarka i Łukasza Konika. Wraz z Alicją Safarzyńską i Martą Górecką stworzyli kulinarne duety - a w zasadzie tria, gdyż dziewczyny gotowały będąc w zaawansowanej ciąży. Wspólnie przygotowali 9 pysznych i lekkich dań z wykorzystaniem mięsa drobiowego. Efekt kulinarnych działań można zobaczyć na kanale YouTube, a łączna liczba ich wyświetleń przekroczyła 100 000.



#TARGI - XXXIII KONGRES NAUKOWY POLSKIEGO TOWARZYSTWA GINEKOLOGÓW I POŁOŻNIKÓW „ZDROWA KOBIETA NASZYM CELEM I PRZYSZŁOŚCIĄ” NA PGF NARODOWYM W WARSZAWIE



Klientowi zapewniliśmy:

- cykl prelekcji na temat zdrowej diety uwzględniającej mięso drobiowe wśród kobiet ciężarnych wygłoszonych przez dietetyków,
- projekty i budowę stoisk wraz z zapleczem meblowym,
- profesjonalną obsługę stoiska.



#TARGI - XXXIV KONGRES POLSKIEGO TOWARZYSTWA GINEKOLOGÓW I POŁOŻNIKÓW W NARODOWYM FORUM MUZYKI, WE WROCŁAWIU

#FANPAGE

W obu edycjach kampanii łącznie ukazało się 140 postów, które osiągnęły około 4 500 000 wyświetleń. FanPage był skierowany w szczególności do kobiet w ciąży i przyszłych mam, a posty dotyczyły zagadnień lifestylowych, zdrowotnych i kulinarnych.

