

Die foodlounge präsentiert



Wer Käse mag, wird Frico lieben.

Für die deutsche FrieslandCampina Cheese GmbH entwickelte die foodlounge integrierte VKF- und Kommunikationskonzepte.



die foodlounge

FACHAGENTUR FÜR MARKETING & SALES

Frico Visibility:

Für den Relaunch der Marke Frico in Richtung Heimat und Heritage wurde die neuen Markenbotschaft

„Frico – Ein echtes Stück Holland!“ entwickelt.

Im Rahmen einer emotionalen Aufklärungskampagne sollte die Kommunikationsbotschaft mit echt holländischen (Qualitäts-) Produkten und Welten verbunden werden, die jeder Deutsche kennt. Speziell für POS und Theke konzipierte die foodlounge ein nationales tailor-made Konzept einschließlich Gewinnspiel für Endverbraucher und Thekenpersonal sowie Zweitplatzierungen.



Sales- und Werbematerialien mit Gewinnspielen, Rezepten und Produktinformationen



Frico Media:

Frico Gouda in aller Munde mit tailor-made und effizienten Mediakooperationen.

Für Frico Gouda wurde eine integrierte TV-/Radio-Kampagne konzipiert und durchgeführt. Kombiniert wurden die aufmerksamkeitsstarken TV-/Radio-Trailer mit attraktiven und authentischen Gewinnspielen für Endverbraucher, die teils von Redakteuren persönlich umgesetzt wurden.



Frico Promo Relaunch:

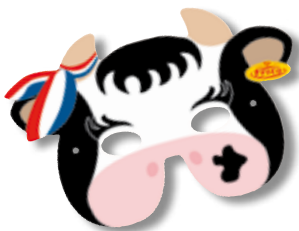
Natürlich holländisch! – Frico Gouda jetzt im neuen Verpackungsdesign.

Die foodlounge entwickelte eine spezielle Relaunch-Promotion für POS und Theke mit einer integrierten Abverkaufsmechanik.

Für die Thekenteams wurden Werbe- und Gewinnspielmaterialien für die Verbraucher erarbeitet, die für hohe Aufmerksamkeit und Impulse sorgten.

Für die SB-Verpackungen wurde eine individuelle Verkaufsförderungsaktion entwickelt, die dem Endverbraucher das neue Verpackungsdesign mit einem personalisierten Frühstücksbrettchen näher bringen sollte.

Mit begrenztem Budget und überschaubarem Aufwand konnte so gezielt eine authentische und hoch effiziente Promotion im Rahmen des Frico Verpackungsrelaunch umgesetzt werden.



Kuhmaske



Salesfolder



Dreieckaufsteller und individuelles Frühstücksbrettchen



Werbematerialien, Salesblätter und Dispenser

Frico Kühne Cross-Promotion:

Erfolgreich zu zweit! Die foodlounge entwickelte im Rahmen einer Kooperationsmechanik eine Cross-Promotion mit Kühne Balsamissimo einschließlich POS-Material vom Salesfolder bis hin zu Rezeptheften und Dispensern.

