

WYTYCZNE KAMPANII PROMOCYJNEJ

Lajkonik. House of Bakery Sp. z o. o.

Cele kampanii:

- zwiększenie liczby klientów o 10%-15% w ciągu 2-3 miesięcy lub 10% w ciągu 2 miesięcy i 15% w skali roku?
- utworzenie kampanii wizerunkowej firmy

Nowe hasło: zamiast "Niespotykane połączenie pysznego z wyśmienitym"

Media: Kampania opartych na mediach elektronicznych oraz tradycyjnych

Budżet: do 50 000 zł (lub mniejszy)

Czas trwania: 2 miesiące

WYTYCZNE KAMPANII PROMOCYJNEJ

Lajkonik. House of Bakery Sp. z o. o.

Cele kampanii:

- zwiększenie liczby klientów o 10%-15% w ciągu 2-3 miesięcy lub 10% w ciągu 2 miesięcy i 15% w skali roku?
- utworzenie kampanii wizerunkowej firmy

Nowe hasło: zamiast "Niespotykane połączenie pysznego z wyśmienitym"

Media: Kampania opartych na mediach elektronicznych oraz tradycyjnych

Budżet: do 50 000 zł (lub mniejszy)

Czas trwania: 2 miesiące