



בריף חכם קונה במכולת

רקע

חברת "נקודות" הינה חברת מדיה המחזיקה בשילוט חוצות בנקודות המכירה הפרטיות (מכולות) בערים החרדיות המרכזיות בישראל. החברה יוצאת בתחרות עיצוב בשיתוף אתר הפרסום החרדי "פשוטויל", במסגרת התחרות נקראים אנשי העיצוב מהציבור החרדי לעצב שילוט חוצות להגברת הקניה בנקודות המכירה הפרטיות. בסיום התחרות תבחר העבודה הזוכה על ידי צוות שופטים המורכב מאנשי מקצוע בתחום הפרסום החרדי. העיצוב הזוכה יעלה בקמפיין נרחב בשלטי נקודות ברחבי הארץ ובמדיות נוספות. בנוסף, העיצוב הזוכה יזכה את מעצבו בקמפיין חנם של 40 שלטי נקודות עבור אחד מלקוחותיו או כל מי שיבחר (על בסיס מקום פנוי).

בשנה האחרונה עסק הציבור בישראל רבות בהוצאות הבית השוטפות שיש לכל אחד מאיתנו. כל משק בית רוצה להגיע לסוף החודש עם פחות הוצאות, לנהל את התקציב המשפחתי ביעילות, ולא לקנות את מה שאנחנו לא צריכים. אחד מהכללים החשובים בנושא ניהול כלכלת המשפחה הינו קניה ממוקדת, קונים רק מה שצריכים. הקניה במכולת הינה ממוקדת ובה רוכשים רק מה שצריך לקניה השוטפת. ומכאן שם הפעילות "חכם קונה במכולת".

מטרות הפרסום

הגברת הקניה של מוצרי הצריכה בנקודות המכירה הפרטיות, במכולות.

קהל המטרה

כלל המשפחות החרדיות, נשים וגברים, בכל הגילאים, המנהלים משק בית, רוצים לקנות בצורה יעילה את מה שצריך, לא אוהבים ש"דופקים אותם",

ההבטחה הפרסומית

חכם קונה במכולת !

סיבות להאמין

הקניה במכולת ממוקדת מטרה. חוזרים הביתה רק עם מה שצריך. אין עגלה שאפשר למלא ולכן קונים רק מה שצריך. הוא לא מתפתה לקנות מוצרים שהוא לא צריך או מארזים גדולים, לא קונה מראש מוצרים שישתמש בהם רק לאחר מכן. הוא קונה רק את מה שהוא צריך לשימוש השוטף ובכך חוסך כסף רב מדי חודש.

טון וסגנון

אחראי, מועיל, מייעץ, רוצה לעזור לכלכלת המשפחה

במה צריך קהל המטרה להאמין

קניה במכולת תחסוך למשפחה שלי הוצאות מיותרות מדי חודש, תאפשר לי לקנות רק מוצרים אותם אני צריך, ואני אדע שאני מנהל את משק הבית שלי בתבונה

מה נרצה שיקרה בסופו של דבר

הציבור יגדיל את הקניות במכולות

מה להכין

עיצוב שלט בגודל 90/140 ס"מ

לוי"ז ופרטי משלוח

את העבודות ניתן לשלוח עד יום ראשון י"ב שבט ה'תשע"ב 5.2.2012 לחברת נקודות במייל ed@nekudot.net בפורמט PDF