



## Týždeň nepočujúcich v Lidli.

Zvýšiť povedomie a návštevnosť portálu Nepocujucedieta.sk. chceme netradičným spojením s Lidlom.

Kampaň začne v nedeľu 30.9. (tak ako Lidl kampane zvyknú).

Obmenu klasického **rádiového Lidl spotu** na

*„Pozor, pozor, od pondelka týždeň nepočujúcich v Lidli. Viac na nepocujucedieta.sk a lidl.sk“* umiestnime na rádiách patriace pod cenovo výhodné Rádio Services zasiahneme tak mamičky (Európa2, Jemné), oteckov (Anténa rock), ale aj budúcich starých rodičov (Vlna).

Téma týždňa v rádiách: **Aké to je, keď nič nepočuješ!**

Rádiá budú na svojich Facebookoch a Instagramoch zdieľať:

„hečni sa“ na Anténa Rock s témou- *„Moderuj, keď nič nepočuješ“* a

*#nenormalnevyzvy* s výzvou na Európe 2 *“Nakup pre Kuchyňu Lidla, keď nič nepočuješ”*.

Podpora v rádiách a na sociálnych sieťach, aby si ľudia v predajniach Lidla vyskúšali, aké je to *„Nakupuj, keď nič nepočuješ.“* a zdieľali z toho svoje zážitky a videá.

Výkon mediálnej kampane zmeriame zásahom rádiového spotu na našu cieľovú skupinu, počtom postov, zdieľaní a lajkov na rádiových sociálnych sieťach.

Merateľnosť dosiahnutia cieľa- 5000 klikov na stránku nepocujucedieta.sk za jeden týždeň.