**Letnia aktywacja Schulstad z mocnym wsparciem digitalowym i sprzedażowym**

**„Schulstad i rządzisz na grillu” – pod tym hasłem marka wystartowała z kampanią w social mediach. Konkurs konsumencki, intensywna komunikacja na Instagramie i ekspozycja w sieciach to narzędzia, które mają wspierać sprzedaż odświeżonej linii bułek w lipcu i sierpniu – okresie największego zainteresowania burgerami i hot dogami.**

Punktem wyjścia do kampanii jest nowa odsłona dobrze znanych produktów marki. Schulstad Burger Buns Sesame, Schulstad Maxi Burger Buns Sesame, Schulstad Burger Buns Duża Paka, Schulstad Hot Dog Buns oraz Schulstad Hot Dog Baguettes mają teraz prostszy skład – z większą zawartością błonnika, mniejszą ilością soli i bez konserwantów. Wszystkie warianty są wstępnie przecięte lub całkowicie przekrojone, co ułatwia przygotowanie posiłków. Nowe opakowania z większą powierzchnią transparentnej folii lepiej eksponują bułki na półce, a dobrze widoczne ikony korzyści pomagają konsumentom szybko zidentyfikować najważniejsze cechy produktów.

 W ramach kampanii zaplanowano konkurs, w którym zadaniem uczestników jest przygotowanie własnego dania z wykorzystaniem bułek Schulstad – np. burgera, hot doga albo innej letniej propozycji inspirowanej kuchniami świata. Aby wziąć udział, należy opublikować zdjęcie potrawy na Instagramie, oznaczyć profil marki i dodać hashtag #Schulstadirzadzisznagrillu. W trakcie trwania akcji w kanałach social media marki pojawią się również kulinarne inspiracje na sezon grillowy – pomysły, które mogą zachęcić do udziału w konkursie lub ułatwić przygotowanie dań.

 Produkty biorące udział w kampanii mają dobrą widoczność na półce. Dzięki temu konsumenci mogą sięgnąć po nie bez problemu w trakcie codziennych zakupów, także wtedy, gdy spontanicznie planują posiłki na ciepłe dni.

 Za koncepcję kampanii, hasło i KV odpowiada agencja Soul & Mind, która realizuje również działania PR.