**Grześki Bonus Paka, cashback i wróżka z TV!**

**Grześki rozpoczynają drugą połowę roku z mocnym przytupem - nową ofertą i intensywną kampanią promocyjną. Jej osią jest premiera Grześków Bonus Paka, czyli zestawów kultowych wafli kakaowych (36 g), dostępnych w praktycznych multipakach po 3 lub 5 sztuk. Nowości towarzyszy akcja cashback oraz zintegrowane działania 360°, obejmujące telewizję, digital, media społecznościowe, event i materiały POS w punktach sprzedaży.**

W sierpniu wystartowała aktywacja konsumencka „Grześki mówią zyskasz z Bonus Paką”, która potrwa do 30 września br. Aby otrzymać zwrot kosztów produktu zakupionego od 1 sierpnia, wystarczy zarejestrować paragon na stronie [www.bonuspaka.pl](http://www.bonuspaka.pl/). Promocja dotyczy małych multipaków Grześki - zestawów po 3 i 5 sztuk. To prosty i szybki sposób na oszczędność, szczególnie przydatny, gdy codziennych wydatków nie brakuje.

- *Grześki Bonus Paka doskonale wpisują się w trend praktycznych, ekonomicznych zakupów - są wygodne, opłacalne i świetnie sprawdzają się zarówno jako szybka przekąska do szkoły czy pracy, jak i format idealny do podzielenia się z innymi* - podkreśla Joanna Kąkol, Rzecznik Prasowy Colian, i dodaje: - *Wprowadzając ten produkt, chcieliśmy zaproponować coś, co realnie ułatwi codzienność - zwłaszcza w wymagającym czasie początku roku szkolnego i powrotu do rutyny. Połączenie nowej propozycji z prostym mechanizmem cashbacku to odpowiedź na aktualne potrzeby konsumentów oraz sposób na budowanie pozytywnego doświadczenia z marką.*

Akcję wspiera szeroko zakrojona komunikacja marketingowa, zbudowana wokół humorystycznej kreacji z wróżką rodem ze szklanego ekranu. Bohaterka z przymrużeniem oka „przepowiada” zwrot pieniędzy na konto, pojawiając się zarówno w nowym 15-sekundowym spocie emitowanym w największych stacjach telewizyjnych, jak i w materiałach digitalowych. Działania obejmują również obecność w serwisach VOD i kinach, aktywności w mediach społecznościowych (Facebook, Instagram, TikTok), dedykowane treści na YouTube, udział w Juwenaliach Warszawskich oraz wsparcie sprzedaży poprzez nośniki POS w punktach handlowych. Dodatkowym elementem jest specjalny numer telefonu widoczny w reklamach i kanałach online. Po jego wybraniu można usłyszeć pełną dystansu i grześkowego humoru… przepowiednię. Całości towarzyszy lekki, zabawny i nieco ezoteryczny klimat.

Równolegle marka realizuje także loterię konsumencką „Mieć Grzeszki? To się opłaca!”, w której codziennie do wygrania są nagrody pieniężne. Szczegóły na stronie [www.oplacalnegrzeszki.pl](http://www.oplacalnegrzeszki.pl/).

Całościowy nadzór nad akcją po stronie marki sprawuje Kamil Wójcik - Brand Manager marki Grześki, natomiast działaniami digitalowymi kieruje Małgorzata Stepaniuk – Digital Manager w Colian. Za opracowanie koncepcji kreatywnej kampanii, przygotowanie materiałów i realizację aktywacji cashback odpowiada NAV agency. Spot wyprodukował Spokój Film, a jego reżyserem jest Miłosz Sakowski. Planowaniem i zakupem mediów zajmuje się dom mediowy Initiative. Działania PR prowadzi agencja Kolterman Media Communications.