

Kikk under
korken..



KIKK UNDER KORKEN ER VÅRT TEMA

Vår nye kampanje er en familiekampanje. Den tar sikte på å samle hele familien rundt en konkurransen som gir usedvanlig store og fristende premier for voksne og barn. (Mer om premiene på neste side!)

Konkurransen går ut på følgende:

I forretningene og i annonser finnes en kupong som - riktig utfylt - danner slagordet: Alt går bedre med Coca-Cola. De manglende bokstaver finnes under korkene og i avisannonsene. Bokstavene må tas ut og festes på kupongen. I alt må deltakerne samle fire bokstaver hver, og løsningen sendes:

"Kikk under korken", Postboks 2630, St. Hanshaugen, Oslo 1.
Jo flere kuponger som sendes, jo større sjanse for gevinst.

Den 14. februar slippes flaskene med de merkede korkene ut på markedet, og hvis folks nysgjerrighet skulle gi seg utslag i spørsmål (hvilket vi naturligvis håper på) - så er det bare å svare at det lønner seg å gjemme på korken, de vil snart skjønne hvorfor.

Den 24. februar braker det nemlig løs!



TOPPGEVINSTER SOM RUVER!

Vi opererer med fire toppgevinster.

Først og fremst - til glede for hele familien og stor lettelse for mor i hennes daglige strev for å få endene til å møtes

GRATIS MATVARER FOR ET HELT ÅR!!

Far fristes med en fin fisketur til en rik lakseelv (alle mannfolks drøm) - og om han ønsker å ta med mor eller en venn, garanterer vi å dekke utgifter opp til 10.000 kroner. Dette gjelder samtlige fire toppgevinster.

Reise kan også husets ungdom. Deres gevinst er en tur til "Swinging London".

De kan ha med en venn eller sine foreldre, hvis de er for unge til å reise alene. Og endelig: Til begeistring for både mor og datter - en tur til Paris for å kjøpe klær.

Deltakerne i konkurransen kan selv krysse av hvilken premie de ønsker seg, men de kan bare krysse av én på hver kupong. Vi administrerer reisene. Husk: Jo flere kuponger - jo flere sjanser.

For at det skal skje noe under hele kampanjeperioden, vil vi trekke 100 ekstrapremier underveis. De består av en gavesjekk som kan innløses i varer hos vinnerens kjøpmann. Vinneren kontaktes over telefonen og blir meddelt den gledelige nyhet av tapperiet. Hun blir spurt om hvilken kjøpmann hun benytter, og blir så tilsendt et pent lite gavebrev. Kjøpmannen blir orientert og tilsendt vanlig sjekk på kr. 100, -.

Vinneren av gavesjekken får sitt navn og bilde i lokalavisen umiddelbart etter trekningen - lokal PR!

Hun blir selvsagt også med videre i trekningen om de store gevinstene.



NÅR BRAKER DET LØS ?

Hver eneste flaske som går ut fra tapperiene fra og med den 14. februar er merket med en av de bokstavene som skal til for å fylle ut slagordet. Selgerne starter så med plasering av materiell den 24. februar som er D-DAGEN !

Med andre ord: I ti dager skal forbrukerne få pirret sin nysgjerrighet. Og vi regner da med at konkurransefeberen melder seg allerede den 4./5. mars. Da starter vi nemlig riksannonseringen i dagspressen.

DIN innsats er ikke den minst viktige for en vellykket avvikling av konkurransen.

Den 14. april avsluttes kampanjen, men fristen for innsendelse av kupong er satt til 30. april.

LA OSS FÅ OPP MATERIELLET FRA FØRSTE DAG, 24. FEBRUAR -
SÅ VI FÅR MAKSIMAL SLAGKRAFT !



HVORDAN GJØRES KAMPANJEN KJENT ?

La det med en gang være sagt: Aldri før har Coca-Cola gått inn med en slik tyngde i annonseringen i aviser og ukeblad.

Kampanjen annonseres i 70 aviser, det gir oss 12.350.000 kontakter!

Vi vil også benytte Det Beste og Det Nye.

I tillegg kommer så bakplakater på biler og utvendige butikkplakater.

I de fleste distrikter vil butikktavlene til A/S Sagareklame og

Plakatreklame A/S gi kampanjen en flyng start. Også trafikk-reklame vil bli benyttet - formater helt opp til 3 x 2 m !

Men det er din hjelp vi trenger til å fortelle kjøpmannen om hvilke fordeler kampanjen betyr for ham i form av økt salg. Videre hvor viktig det er at butikkmateriellet blir riktig plasert. Minn ham på at hovedgevinsten er gratis mat i et helt år for en familie. Vinner en av hans kunder, betyr det at fortjenesten går i hans lomme, for ikke å snakke om den gratis-reklame han får. Trekning av lykkesjekkene sørger for at det hele tiden foregår noe i kampanjeperioden.

Vi bearbeider kjøpmannen med 3 helsides 4-farve-annonser i Norges Kjøbmannsblad. Disse annonser er laget som en teaser-serie for først å vekke nysgjerrigheten, for i de neste annonser å gi konkrete opplysninger om kampanjen.



VIKTIG NÅR DET GJELDER BUTIKKMATERIELLET !

Butikkmateriellet er først og fremst kupongen (kjernen i kampanjen) - plasert i en kupongholder med plass for 50 kuponger. Kupongholderen er lik den som ble benyttet under platekampanjen. Den er enkel å brette og festes på to flasker. Denne vil vi selvsagt helst ha plasert ved kassa-apparatet for å få best mulig eksponering og oppmerksomhet.

Hengestreamer som forteller om de fristende premiene vil vi gjerne ha på inngangsdøren - såvel som inni butikken.

På steder hvor vi vil sette litt ekstra fart i kampanjen, gjerne større forretninger, har vi en ekstra oppmerksomhetsvekker. Den består av fem kjempekorker i pose á 5 stk. montert på snor. Med lite arbeid får vi her en virkelig morsom effekt. I store forretninger kan vi dessuten benytte tapetrull med kampanjetema og 4-farve-plakat i format 1 x 1,50 m for riktig å dominere. Vi har nemlig produsert noen ekstra butikktafle-plakater.

Det er meget viktig at alt materiell er hos kjøpmannen i begynnelsen av kampanjeperioden for å få maksimal effekt på kunden, og at det eksponeres kraftig fra første dag ! Pass på at materiellet får litt lengre levetid enn konkurrentenes.

For at alle skal ha mulighet for å skaffe seg kuponger, vil det gjennom dagspressen bli trykket ytterligere 2,3 millioner, som altså kommer i tillegg til dem som først er distribuert gjennom kjøpmennene. I annonsene finnes også bokstaver som kan brukes i konkurransen, men vi er selvsagt mest interessert i at de som finnes på korkene blir brukt i størst mulig grad. I enkelte utvalgte distrikter blir det også direkte forsendelse av kupongen til hver husstand.



VI TROR KAMPANJEN BLIR EN STOR SUKSESS

FORDI:

1. Hele familien engasjeres.
2. De fenomenale premier skulle friste en hvilken som helst familie.
3. Den er direkte produktorientert og derfor sterkt salgsstimulerende.
4. Den fremhever også kjøpmannens egne varer og bidrar til hans interesse for kampanjen.
5. Kampanjen blir fulgt opp med en riksannonsering og med en media-bredde vi aldri tidligere har benyttet oss av.

VÆR AKTIVT MED FRA 24. FEBRUAR -
NÅ SKAL ALLE KIKKE UNDER KORKEN !



A T G Å R Kikk under korken
B E D R Den kan gi gevinst
M E D
C O C C L A

På undersiden av korkene for Coca-Cola vil De finne de bokstavene som mangler i slagordet. Fest merkene på riktig sted. De kan også bruke de bokstavene De finner i annonser i dagspressen. Send kupongen til «Kikk under korken» Postboks 2630 St. Hanshaugen, Oslo 1, og De blir med i trekningen om: 1. Matvarer for et år. 2. Klær fra Paris. 3. «London by Night» (inkl. reisen). 4. Vinn tur og fisk laks. Maksimal verdi av hver gevinst er kr. 10.000,-. 100 skattepremier. Gavejekker for matvarer - verdi kr. 100,-. Frist for innsendelse: 30. april 1969. Vinnere blir tilskrevet direkte.

JEG FORETRER GEVINST 1 2 3 4

DRINK Coca-Cola Coke

NAVN _____
 ADRESSE _____
 Bli med i alle bokstaver.

KUPONG

Vinn
 kjempe-premier

A T G Å R Kikk under korken
 Den kan gi gevinst

TA KONKURRANSE-KUPONG HER!

alt går bedre med Coca-Cola

KUPONGHOLDER

Kikk under korken..

Vinn matvarer for et år

Kikk under korken..
 Vinn klær fra Paris

Kikk under korken..
 Vinn «London by Night»

Kikk under korken..
 Vinn tur og fisk laks

Få konkurransekupong her!

Alt går bedre med Coca-Cola

HENGESTREAMER, 2-sidig, 4 farver,
 format 23 x 98 cm.



KJEMPEKORK, montert på snor,
 pakket i poser a 5 stk,
 diameter 68 cm.



TAPETRULL

Kikk under korken..

DRIKK
Coca-Cola
Coke

Vinn kjempepremier

Alt går bedre med Coca-Cola

INNSENDIG OG UTSENDIG BUTIKKPLAKAT,
I x I,50 cm.

Kikk under korken..

DRIKK
Coca-Cola
Coke

Vinn kjempepremier

alt går bedre med Coca-Cola

DRIKK
Coca-Cola
Coke

BAKPLATE BIL OG TUNNELBOARDS
I,09 x I,77 cm og 3,12 x 2,16 cm.

Kikk under korken..

DRIKK
Coca-Cola
Coke

EGNE POSTERS

Kikk under korken..

Vinn matvarer for et år

Kikk under korken.. Vinn klær fra Paris

Kikk under korken.. Vinn London by Night

Kikk under korken.. Vinn tur og fisk laks

E

Alt går bedre med Coca-Cola

TEMA ANNONSE, DAGSPRESSE

Alle kikker under korken

DRIKK
Coca-Cola
Coke

Og så mange har forsynt seg med kupong at det er slutt med beholdningen i butikkene. Vi beklager! Nå kan De imidlertid klippe ut og sende inn nedenstående kupong.

Dette er en av de bokstavene De skal finne under korkene. Klipp den ut og finn resten.

KLIPP UTT!

A O T G Å R

B E D R

M E D

C O C C L A

Kikk under korken
Den kan gi gevinst

På undersiden av korkene for Coca-Cola vil De finne de bokstavene som mangler i ordene. Finn dem alle på kort tid. De kan også finne de bokstavene De finner i ordene i dagspresen. Sett svarene til kikk under korken. Prisen er 2000,-. Det er 1. og 2. pris med i tillegg som 1. Støttepris for et år 2. 2 år for Paris, 3. London by Night, (inkl. reise), 4. Vinn tur og fisk laks. Hvert ord skal være minst 4 bokstaver. Det er 10000,- i tillegg som 1. Støttepris for et år 2. 2 år for Paris, 3. London by Night, (inkl. reise), 4. Vinn tur og fisk laks. Hvert ord skal være minst 4 bokstaver. Det er 10000,- i tillegg som 1. Støttepris for et år 2. 2 år for Paris, 3. London by Night, (inkl. reise), 4. Vinn tur og fisk laks.

JEG FORETRER GEVINST 1 2 3 4

NAVN
ADRESSE

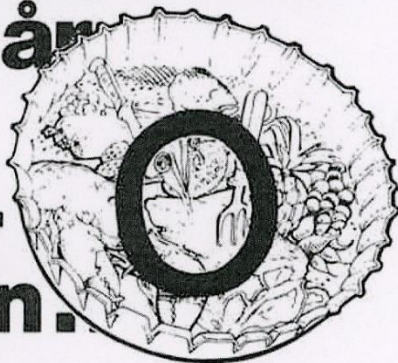
KUPONG ANNONSE, DAGSPRESSE

**Kikk under
korken..**



**Vinn matvarer
for et år**

**Kikk
under
korken..**



**Vinn
klær fra Paris**



**Kikk under
korken..**

**Vinn
«London
by Night»**



**Kikk under
korken..**



**Kikk under
korken..
Vinn
«London
by Night»**



**Kikk under
korken..
Vinn tur
og fisk laks**



Dette er én av de bokstavene De skal finne under korkene for Coca-Cola. De kan godt klippe den ut og bruke den.

Hver av gevinstene har en verdi av kr. 10.000,-. 100 ekstrapremier, gavesjekker for matvarer, verdi kr. 100,-.

Se etter konkurransekupong i avisan-
nonser og hos Deres kjøpmann, der
vil De finne fremgangsmåten.

**Alt går
bedre
med Coca-Cola**



Alle kikker under korken

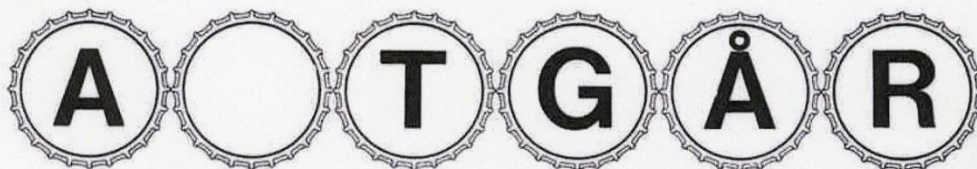


Og så mange har forsynt seg med kupong at det er slutt med beholdningen i butikkene. Vi beklager! Nå kan De imidlertid klippe ut og sende inn nedenstående kupong.

L Dette er en av de bokstavene De skal finne under korkene. Klipp den ut og finn resten.



KLIPP UT!



Kikk under korken

Den kan gi gevinst

På undersiden av korkene for Coca-Cola vil De finne de bokstavene som mangler i slagordet. Fest merkene på riktig sted. De kan også bruke de bokstavene De finner i annonser i dagspressen. Send kupongen til «Kikk under korken» Postboks 2630 St. Hanshaugen, Oslo 1, og De blir med i trekningen om: 1. Matvarer for et år. 2. Klær fra Paris. 3. «London by night» (inkl. reisen). 4. Vinn tur og flek laks. Maksimal verdi av hver gevinst er kr. 10.000,-. 100 ekstrapremier: Gavesjekker for matvarer - verdi kr. 100,-. Frist for innsendelse: 30. april 1969. Vinnerne blir tilskrevet direkte.

JEG FORETREKKER GEVINST

1	2	3	4
---	---	---	---

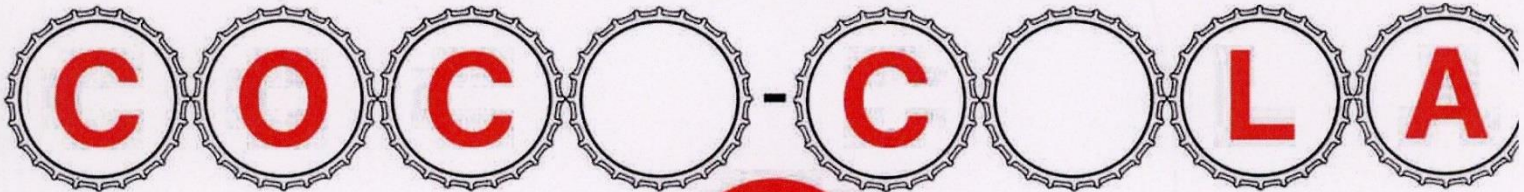
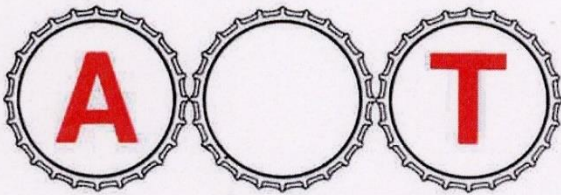
(Send gjerne inn flere kuponger) Ansatte ved tapperiene for Coca-Cola og Myres Reklamebyrå kan ikke delta i konkurransen. Returneres i konvolutt som vanlig brev.



NAVN

ADRESSE

Bruk trykte bokstaver.



**Kikk
under
korken**

**Den kan
gi
gevinst**

På undersiden av korkene for Coca-Cola vil De finne de bokstavene som mangler i slagordet. Fest merkene på riktig sted. De kan også bruke de bokstavene De finner i annonser i dagspressen. Send kupongen til «Kikk under korken» Postboks 2630 St. Hanshaugen, Oslo 1, og De blir med i trekningen om: **1. Matvarer for et år. 2. Klær fra Paris. 3. «London by night» (inkl. reisen). 4. Vinn tur og fisk laks.** Maksimal verdi av hver gevinst er kr. 10.000,-. 100 ekstrapremier: Gavesjekker for matvarer - verdi kr. 100,-. Frist for innsendelse: 30. april 1969. Vinnerne blir tilskrevet direkte.

JEG FORETREKKER GEVINST

1	2	3	4
---	---	---	---

(Send gjerne inn flere kuponger) Ansatte ved tappere for Coca-Cola og Myrøes Reklamebyrå kan ikke delta i konkurransen. Returneres i konvolutt som vanlig brev.



NAVN

ADRESSE

.....
Bruk trykte bokstaver.

