

# इस दीवाली पर "मुंह कुरकुरे करो"

फ्रिटो-ले ने उल्लासपूर्ण त्यौहारी मौसम के लिए कुरकुरे के उत्सव पैक पेश किए  
इस पेशकश को एकदम नए मल्टीमीडिया अभियान की मदद मिलेगी

कानपुर। त्यौहारों के इस मौसम में लिविंग रूम में एक नया जुमला 'मुंह कुरकुरे करो' अपना जलवा दिखाने वाला है। देश में पेप्सिको की स्नैक फूड इकाई फ्रिटो-ले इंडिया ने त्यौहारी मौसम के लिए कुरकुरे के पैक्स की एक नई श्रेणी पेश की है जो एकदम नए मल्टी-मीडिया अभियान के साथ बाजार में उतारी जा रही है।

51रु. से 151रु. के बीच के आकर्षक दामों में, 214 ग्राम व 634 ग्राम की पैकिंग में कुरकुरे गिफ्ट पैक देश के प्रमुख शहरों में सभी प्रीमियम रिटेल अलावा, त्यौहारों के इस सीजन आन-लाइन भी खरीदे जा सकें। इन नई प्रस्तुतियों की मदद अभियान "मुंह कुरकुरे करो" भी शुरू कर रहा है।

आज यहां यह घोषणा करते हुए डायरेक्टर, पेप्सिको इंडिया का मौसम उपहार देने व आप है। आनंद की इस भावना को स्वाद के साथ कुरकुरे के आकर्षक पैकेज का पूरा मूल्य प्रदान करेंगे के संदर्भ में अनूठी पेशकश



आऊटलेट्स पर उपलब्ध होगी। इसके में पहली बार कुरकुरे गिफ्ट बॉक्स हैं।

लिए, फ्रिटो-ले अपने मल्टी-मीडिया अंतर्गत दो नए टीवी कमर्शियल ;जटब्ध

सुश्री दीपिका वारियर, मार्केटिंग (फ्रिटो-प्ले डिवीजन) ने कहा, "त्यौहारों खुशियों को बांटने का अवसर होता यान में रखते हुए, हमने कुरकुरे के गिफ्ट पैक पेश किए हैं, जो ग्राहकों यह पूरा प्रयास, पूरे त्यौहारी मौसम लिए है और हमारा प्रयास है कि

भारतीय परिवार आनंदपूर्ण मसालेदार चटपटी दीवाली मना सकें। फ्रिटो-प्ले में, हमारा उद्देश्य हमेशा अपने उपभोक्ताओं की जरूरतों को पूरा करना और उन्हें मजेदार अनुभवों के माध्यम से जोड़ना है और यह इस दिशा में किए जाने वाले प्रयासों में से एक है।"

नई टीवी कमर्शियल्स में अत्यधिक लोकप्रिय अभिनेत्री व कुरकुरे की ब्रांड अम्बेसडर जूही चावला नज़र आएंगी जो त्यौहारों के उल्लास व खुशी को मजेदार कुरकुरे तरीके से पेश करेंगी। नए अभियान में कुरकुरे को मिठाई की अत्यधिक मात्रा के सेवन के एंटी-डोट (प्रतिरोधक) के रूप में पेश किया जाएगा। टीवी कमर्शियल्स इस बात पर केंद्रित हैं कि त्यौहारों के दौरान मिठाई के अत्यधिक सेवन से एक आम आदमी कैसे बहुत अधिक मधुर हो जाता है और कुरकुरे इस लक्षण का प्रतिरोध कैसे करते हैं। दीवाली के उत्सवों पर यह अनूठी प्रस्तुति रेडियो, आऊटडोर व मुद्रित विज्ञापनों जैसे मल्टी-मीडिया रचनात्मक कश्तियों के अलावा दो टीवी कमर्शियल्स में भी दिखाई देगी।

पहला टीवी कमर्शियल दीवाली के उत्सव पर केंद्रित है जिसमें एक अजीबोगरीब परेशान पड़ोसी उन किशोरों के साथ बहुत प्यार से बात करता है जिन्होंने उसके घर में पटाखे चलाए हैं। इसमें पहली बार कुरकुरे की ब्रांड अम्बेसडर जूही चावला ने केंद्रिय पुरुष पात्र की भूमिका (उन्होंने उत्तर भारतीय पुरुष की भूमिका निभाई है) निभाई है और वह इस अत्यधिक