**Nofsza – narzędzie, które odmieni organizację loterii konsumenckich**

**Swoją premierę ma nowe narzędzie – Nofsza – wspomagające organizację loterii konsumenckich, opracowane z wykorzystaniem autorskiej metodologii Brand Activation Balance (BAB).**

Nofsza zwiększa zaangażowanie i satysfakcję uczestników promocji, stawia bowiem na mobilność, budowanie zasięgu i mechanizmy inspirowane najnowszymi trendami oraz grami komputerowymi.

To nie wszystkie wyróżniki rynkowej nowości. Nofsza pozwala marketerom na szybsze i efektywniejsze budżetowo wdrożenia dzięki modułowej budowie systemu, a przede wszystkim na osiągnięcie wyższych wskaźników uczestnictwa, sprzedaży i długofalowych efektów dla marki organizującej loterię.

Powyższe potwierdzają dane zebrane podczas pilotażowych wdrożeń. Uruchomiona została również demonstracyjna, mobilna gra premierowa, która jest dostępna na [www.nofsza.pl/premiera](http://www.nofsza.pl/premiera).

Liderami Nofszej są Lidia Penkala i Adam Czyż. Penkala od 2004 organizowała loterie, pracując w spółce Grzegrzółka&Ko, obsługiwała takie firmy jak: Rider’s Digest, Lotos, Unilever, Ciech Sarzyna. Czyż natomiast swoje doświadczenie zdobywał w PlayPrint Polska oraz Grzegrzółka&Ko, współpracując z Piątnicą, InterRisk czy Eurocash.