



Nº 727, del 21 Julio al 31 de Agosto de 2009

MARKETING INTEGRADO

Targeting, nuevas colaboraciones con Telefónica

Además del desarrollo integral de las acciones de la operadora en la Campus Party de Valencia, la agencia también se encargó de gestionar la presencia de Telefónica en la Feria Internacional de Muestras de Asturias (FIDMA).

Por séptimo año consecutivo, Telefónica confió a Targeting el desarrollo integral de sus acciones en la Campus Party de Valencia, evento del que fue patrocinadora principal.

Además de un stand modular y funcional que estimulaba la participación de los *campuseros* con charlas, talleres y exposiciones, Telefónica contó con un espacio fuera de la Campus para acercar el espíritu del evento a los ciudadanos.

La agencia también llevó a cabo la implementación de una promoción *online*, a través de un *microsite*, en el que se regalaban inscripciones a la Campus.

En el caso de FIDMA, Targeting Link Thinkers se encargó de conceptualizar, diseñar, producir e implementar la totalidad del *stand* de la operadora, cuyo objetivo era comunicar su oferta comercial y promocionar Imagenio y sus canales a través de una serie de actividades amenas para toda la familia. Para ello se creó un recorrido de juegos relacionados con cada uno de los canales de Imagenio, en el que los asistentes podrían, a través de una mecánica de puntos, conseguir diferentes regalos. Para potenciar la presencia de la marca en la Feria, también se celebró el Día de Telefónica, un evento en el que los asistentes pudieron degustar el *bolllu preñau*, típico panecillo asturiano, más largo del mundo.