

# mk promocional



## STAFF COMUNICACIÓN / C. C. EL INGENIO

Agencia: Staff Comunicación.  
 Cliente: Centro Comercial El Ingenio.  
 Contacto del cliente: Leonardo Galdeano.  
 Equipo de cuentas: Eva Moreno y Víctor Álvarez.  
 Equipo creativo: Daniel Martínez y Nacho de la Osa.

**Descripción:** Para celebrar el séptimo aniversario del C. C. El Ingenio se realizó una campaña llamada *Moda Viva Itinerante*. Se utilizó como escaparate un autobús articulado que durante siete días recorrió las localidades más cercanas al centro comercial. La decoración interior del autobús se inspiró en dos de las ciudades más importantes en el mundo de la moda: París y Londres. Sólo por visitar la exposición montada en el autobús, los clientes recibían un regalo: un folleto canjeable en el centro comercial por un paraguas o un cheque regalo de cinco euros. Se contaron más de 4.000 visitas y durante el tiempo que duró la campaña la afluencia al centro se incrementó en un 11%.



## TARGETING / BRUGAL

Agencia: Targeting Link Thinkers.

Cliente: Maxxium.

Producto: Ron Brugal.

Contacto del cliente: Fernando de Vicente, *brand manager* internacional.  
 Equipo creativo: Alberto Canal, Geza Olsasz, Alberto Martín y Samuel Parra.  
 Equipo de cuentas: David García, director de cuentas, y Patricia Ávila, Marta Alonso, Pablo Hernández.

**Descripción:** Con motivo del patrocinio de la gira de 2008 del grupo La Quinta Estación, se desarrolló una campaña con los objetivos de generar notoriedad de marca entre el *target* de consumidor y vincularse con un grupo con similares valores: liderazgo, calidad, honestidad y autenticidad. La campaña ha contado con dos fases desde su lanzamiento: en la primera, se trataba de dar a conocer la gira a escala nacional, tanto en soportes *offline* (exterior, revistas y radio) como *online*, y en la segunda fase se trataba de conseguir notoriedad local y fomentar la asistencia a los conciertos, con un *mix* de radio y prensa, que permite segmentación y una frecuencia de impacto muy alta. Paralelamente se llevaron a cabo fiestas de imagen, que convierten a la marca en el auténtico embajador del Caribe, combinando solemnidad y espectáculos a base de luz, sonido, música en directo, baile, *freestylers* y *disc jockeys*. Todas las acciones relacionadas con la gira se recogen en la web [www.laembajadaronbrugal.com](http://www.laembajadaronbrugal.com).

## THE MAIN ROOM / VW TIGUAN

Agencia: The Main Room.  
 Cliente: VAESA.  
 Producto: Volkswagen Tiguan.

