

Abur, Abur Sol



Ron Brugal, de la mano de Targeting Link Thinkers, ha puesto en marcha las fiestas "Abur-Abur Sol", una propuesta original en la que los asistentes despiden al astro rey con el saludo típicamente dominicano, Abur-Abur, y dan la bienvenida a la noche por todo lo alto.

Bailarinas, percusión, miles de burbujas, performances y un show audiovisual crean la atmósfera adecuada para comenzar la noche dominicana. Mientras, los asistentes disfrutan de sofisticados cócteles y regalos, reservados en Zona VIP, cuadros del Sunset pintados en directo o lámparas que capturan los últimos rayos del sol. Además, aprovechando el cambio horario, se conecta con las playas dominicanas para compartir un mismo momento mágico: el ocaso.

Virus solidario



La ONG Global Humanitaria ha lanzado una campaña viral con el lema "contágate del virus de la solidaridad". Se generó el rumor en la red de que un hacker llamado Tomahack (<http://tomahack.wordpress.com>) estaba hackeando webs de famosos para difundir que estaban "contagiados". Después se ha destapado un segundo hackeo de todas las webs de los famosos/colaboradores en el que se invitaba a la gente a "descubrir lo que hay detrás", yendo a un microsite de la campaña www.contagiateconmigo.com

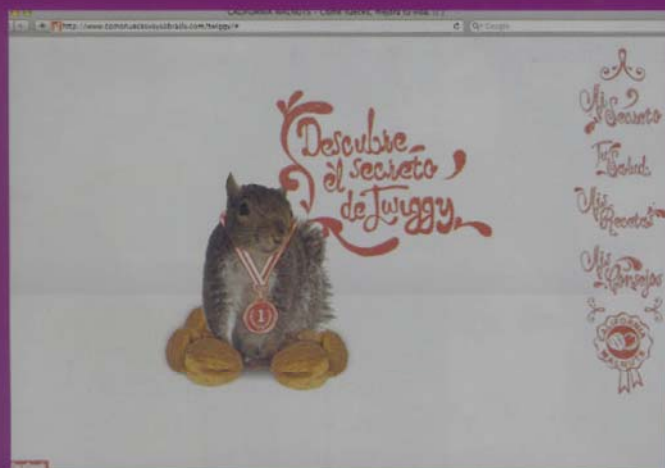
La campaña ha sido ideada por la agencia de marketing directo MKN en colaboración con la agencia interactiva Frekota.

Poker Nights



La marca Four Roses, distribuida por Diageo, ha iniciado una serie de acciones en colaboración con Four Roses SIX. La primera, bajo el concepto Poker Nights, consiste en una original propuesta que permite a sus consumidores disfrutar de una noche totalmente diferente: una partida de poker con su croupier, sus naipes, tapete, en la que poder degustar los perfect serve de la marca sin salir de casa.

Para esta acción, se ha habilitado la sección Poker Nights dentro del site de Four Roses, así como una fan page en Facebook.



El come nueces

A través de Twiggy, un heavy consumer de Nueces de California, se pretenden fomentar los buenos hábitos de alimentación y animar a la gente a que introduzca las nueces como complemento indispensable en su dieta diaria.

Bajo el concepto "Come nueces, mejora tu vida" la campaña ideada por Grey incluye prensa, video viral, acciones en el punto de venta y diversas acciones online que tienen como punto de llegada el site www.comonuecesyvoysobrado.com. En este punto de encuentro el usuario puede realizar un test sobre hábitos saludables para medir sus fuerzas con Twiggy, conseguir recetas de cocina, echar una ojeada a unos cuantos consejos nutricionales y acceder a una comunidad virtual. La acción se ha completado con la creación de un canal propio en youtube (<http://www.youtube.com/user/californiawalnuts>) y un perfil en facebook para los admiradores de Twiggy.