

## RON BRUGAL



**Agencia:** Targeting Link Thinkers.

**Anunciante/Producto:** Ron Brugal.

**Medios utilizados:** Marketing promocional.

**Piezas:** Bailarinas, percusión, burbujas, performances y merchandising.

**Fecha:** Otoño de 2009.

**Objetivo:** Aumentar las ventas y pruebas de producto.

**Estrategia:** Se decidió poner 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, viven una puesta de sol puramente dominicana y dan la bienvenida a la noche por todo lo alto.

**Mecánica:** Jugando con el cambio de horario, las Fiestas "Abur-Abur Sol" de Ron Brugal conectan con una playa dominicana para que dos lugares separados por miles de kilómetros compartan un mismo momento mágico: el ocaso. 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. Las fiestas se celebran en diferentes ciudades de la geografía española.

## BP



**Agencia:** Código Visual.

**Anunciante:** BP.

**Producto:** BP Premiere Plus.

**Medios utilizados:** Marketing promocional e interactivo.

**Piezas:** Banners.

**Fecha:** Año 2009.

**Objetivo:** Fidelizar a los actuales miembros de BP Premier Plus y captar nuevos miembros mediante una acción de cobranding con NH Hoteles.

**Estrategia:** Desde el punto de vista creativo la campaña se ha abordado de manera sencilla, siguiendo la línea corporativa y recayendo el peso del mensaje en el beneficio de la promoción.

**Mecánica:** Obtener noches de hotel gratis al realizar repostajes en las estaciones de servicio BP utilizando la tarjeta de miembro de BP Premier Plus.

**Director general:** Juan Rubio.

**Directora de cuentas:** Gema Sánchez.

**Cuentas:** Ana García del Castillo.

**Dirección creativa:** Quico Rubio.

**Estrategia:** Pablo Ramón Rodríguez.

**Equipo creativo:** Jesús Tejido, Borja Gracia, Jaime Calvo, Elena Santos.

**Contacto del cliente:** Borja Izuzquiz.

## Campañas del mes Estrategias noviembre

### Campaña de Marketing Directo:

**Agencia:** Vitruvio Leo Burnett y ARC.

**Anunciante:** Fundación Altius.

**Producto:** Botella de agua.

### Campaña de Marketing Promocional:

**Agencia:** CP Proximity.

**Anunciante:** Foster's Hollywood y Pepsi.

**Producto:** Promoción Cheque Gorrón.

El siguiente jurado ha elegido estas campañas entre las publicadas en el número anterior de **Estrategias**:

Félix Elortegui Ruiz, PR manager de Maxxium; Laura Clarks, de The Fingers; Jorge Fondon, director general de FMRG Compact.

## Votaciones

### Marketing directo:

Fundación Altius (Vitruvio Leo Burnett y ARC), 18 puntos.

Sanitas (D6), 2 puntos.

### Marketing Promocional:

Foster's y Pepsi (CP Proximity), 6 puntos

Diario de Noticias (Herederos de Rowan), 4 puntos