



09-02-2010 | Casos

Un menú de actividades en el stand de Telefónica, durante Expojove 2009

Para conseguir la atención de más de 11.000 niños en la feria Expojove 2009, celebrada en el recinto de la Feria de Muestras de Valencia, Targeting se encargó de conceptualizar, diseñar y producir un espacio de 100m2 para Telefónica. Un juego interactivo de street-dance, puzzles imantados y un reto de habilidad con un balón, eran parte del menú de actividades. ¿El anzuelo? Los regalos que podían conseguir los jóvenes participantes.

Con el objetivo de comunicar la oferta comercial de Telefónica y reforzar su imagen de marca, el stand se dividió en cuatro secciones comprendidas por un mostrador central y tres áreas de juegos (ver galería de imágenes).

Cada actividad superada se marcaba con un sello en forma de estrella en un libro de explorador, que se entregaba a cada niño, y que servía como testigo de participación en los diferentes juegos. El recorrido finalizaba con la entrega de regalos, según las pruebas superadas por cada niño.

Desglosando el stand

En el mostrador central una azafata se encargaba de repartir el libro de explorador, y explicar a los asistentes las diferentes actividades y los regalos que se podían conseguir.

En una de las áreas destinada a los juegos se montó el Puzzles Disney. La prueba consistía en completar uno de los dos puzzles imantados de Disney, los cuales diferían en el nivel de dificultad adaptándose así a diferentes edades. Los niños que realizaban el puzzle de mayor complejidad en menos de un minuto, se ganaban una mochila Disney.

Para la segunda actividad se habilitaron dos pistas de mini-gol, con diferentes obstáculos. El objetivo era realizar el recorrido completo del circuito con el balón y meterlo en la mini-portería en menos de tres toques. Una vez superada la prueba, la azafata marcaba con una estrella de explorador el libro.

Como prueba final del circuito, Targeting propuso un juego de baile (street dance), utilizando una alfombra táctil. Para superar la prueba se tenía que acumular un total de 10.000 puntos del baile en menos de 30 segundos. Si se superaba se completaba la totalidad del circuito propuesto. Si los participantes habían completado todas las pruebas, se llevaban una careta de aventurero o un calendario Disney.

Después de 10 días de feria, el stand de Telefónica registró más de 30.000 visitas. En total, contó con la participación de más de 11.000 niños en las diferentes actividades.

<http://www.eventoplus.com/caso/660/un-menu-de-actividades-en-el-stand-de-telefonica-durante-expojove-2009/>