

Targeting comienza a trabajar para Cutty Sark

ANTERIORMENTE, LA CUENTA DE EVENTOS DE LA MARCA ESTABA EN MANOS DE DRAFTFCB

Sea legends es el nuevo concepto de comunicación creado por la agencia Targeting para el desarrollo en España de fiestas de imagen de la marca de whisky Cutty Sark, que distribuye el grupo Maxxium. Ese es el hilo argumental de los eventos que han comenzado a celebrarse el pasado septiembre en diferentes ciudades españolas y que se prolongarán durante los meses octubre y noviembre.

En *Sea Legends*, el consumidor vivirá una experiencia de leyenda a bordo del Cutty Sark, según expresión de la propia agencia. La intención es que cada fiesta se convierta en una auténtica *travesía* que transcurrirá desde el embarque hasta la llegada a puerto, pasando por



Los eventos tendrán lugar hasta que termine el mes de noviembre

bancos de niebla y tormentas en alta mar. Además, el consumidor podrá disfrutar de una experiencia única en una cabina multisensorial instalada en cada local.

Espectáculos

Las fiestas *Sea Legends* contarán con diversas actuaciones y performances: danzas aéreas, espectáculos verticales e impactantes coreografías, que envolverán al consumidor en una "atmósfera náutica de le-

yenda", siempre según Targeting.

La adjudicación de este proyecto, liderado por la oficina madrileña de Targeting, se produjo sin mediación de concurso. La agencia ya trabajaba para Maxxium, concretamente para la marca de ron Brugal, que maneja desde hace cuatro años.

Anteriormente, cuando Cutty Sark era distribuida en España por grupo Varma, la agencia responsable de la marca en el apartado de eventos era DraftFCB.

La FAO adjudica su cuenta a Arpa Asociados

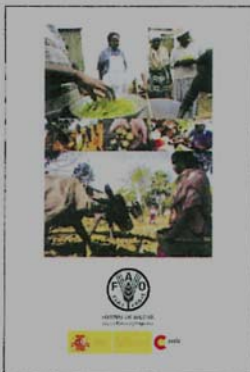
PARA DESARROLLAR SU PLAN DE COMUNICACIÓN EN 2010 Y 2011

La FAO, agencia perteneciente a Naciones Unidas con sede en Roma, ha adjudicado a Arpa Asociados su nuevo plan de comunicación que tendrá como objetivo presentar a la sociedad española su actividad en la lucha contra el hambre. La asignación se ha producido tras la celebración de un concurso entre tres agencias.

Un total de 190 estados forman parte de la FAO y, entre ellos, España es el país que mayor aportación económica hace a través de la

ción sobre los proyectos más destacados en los que España participa.

La difusión de la campaña se canalizará a través de acuerdos con las televisiones, como RTVE, televisiones autonómicas y digitales, radios y grupos editoriales. La acción se dio a conocer en un evento público, celebrado el pasado 14 de octubre en Madrid, en el que participaron personalidades del mundo de la literatura, la comunicación, la música, la moda y el cine como Espido Freire, Soledad Puértolas, Pablo Moros David Bustamante, Modesto Lomba, Iñaki Miramón y Anna Allen. Tanto la organización del acto como los acuerdos con los medios han sido gestionados también por Arpa Asociados.



La cuenta fue asignada mediante concurso.

Según expresa, en un comunicado de la agencia, Pelayo Menéndez de Lúcar, "la campaña se ha enfo-

eBay 90 millones de usuarios activos en todo el mundo*

eBay ofrece un gran abanico de posibilidades de segmentación, que se pueden resumir en 5 áreas: Geográfica, Socio-Demográfica, Contextual, Behavioural Targeting y Comunidad. Quizá la que requiere más explicación es la contextual: con esta segmentación el anunciante puede seleccionar las categorías y también las palabras claves que más se identifican con su marca. De este modo es posible segmentar la campaña evitando cualquier dispersión y centrándonos en los usuarios realmente interesados.

PRINCIPALES MODOS de segmentación en eBay

¿Sería posible / interesante hacer un seguimiento de los usuarios que compran determinados productos o categorías y usar esa información para servir anuncios relacionados?

Sí, es posible: mediante la segmentación por Behavioural y Contextual podemos servir creatividades según preferencias de usuario y sus intereses. Por ejemplo lo que compran habitualmente en eBay o lo que acaban de ver. Estos dos productos están pensados para funcionar juntos y permitir al anunciante segmentar de forma eficiente sus campañas, ofreciendo al usuario solamente la publicidad que se relacione con lo que ha venido a buscar a eBay.

Información de cómo mejoran los resultados aplicando segmentación

La segmentación es crucial para mejorar el rendimiento de la publicidad. Nuestras mejores prácticas en este sentido muestran que si la segmentación se calibra bien y se realizan optimizaciones según avanza la campaña, los CTRs pueden mejorarse en un 100%.

eBay ofrece muchas posibilidades de segmentación y de su correcto uso se derivan los mejores resultados de una campaña, tanto en términos de notoriedad de marca como en rendimiento. Elegir la audiencia correcta para una campaña permitirá al anunciante invertir mejor su presupuesto y alcanzar sus objetivos.