

Anunciante –
Nuevocentro
Shopping
Día del Padre

Agencia: [Hellobrand](#)

Personas responsables: [Toni Curtino](#) – [Franco Berardo](#)



INTRODUCCIÓN

El día del padre es para los shopping y centros comerciales una de las 4 efemérides más importantes del año. Las restantes son: Día de la madre, del niño y Navidad.

Es para ellos un momento importante donde las acciones promocionales crecen

y la pelea por captar las compras, se potencia.

Desde hace muchos años, dichas acciones mutaron según las

Hoy hay un camino promocional bien marcado donde se entrega un premio directo por la compra. Para este día en particular, todos los shopping han adoptado esta tendencia que, en general, suelen ser vinos o champañas.

Aprovechando la cercanía del día del padre con el mundial de fútbol de Rusia, decidimos junto al departamento de Marketing de Nuevocentro, que el Shopping regalará pelotas de fútbol de gran calidad, importadas de Pakistán. Ya con el producto, nos íbamos a diferenciar de los demás shopping.

Pero la idea fundamental no solo era diferenciarnos sino que estas acciones nos dejen un rezago institucional. Que cada acción promocional, también ayude a la construcción de la marca.

PROPUESTA/ENUNCIADO

Para ello desarrollamos una campaña que denominamos TU VIEJO. TU CRACK. Donde su concepto se basaba en una observación muy clara y concreta. Aprovechando la cercanía con el mundial, aseguramos que UN PADRE HACE MUCHOS GOLES EN SU VIDA. Planteando una analogía donde los goles serían las buenas acciones que realizan para con sus hijos.

La idea fue crear una historia clásica, de un momento particular entre un padre y un hijo, pero llevarlo al corazón de un relato bien futbolero. Como si un relator, con todas sus particularidades, relatará el accionar de una situación familiar padre e hijo.

Es por eso que hablamos de un padre que llega cansado a su casa pero lo mismo cuenta un cuento de buenas noches o un padre que logra que su hijo ande en bicicleta sin rueditas o un padre que le termina explicando a su hija, cómo llegan los bebés al mundo.

Apostamos al humor que era la forma más fácil para lograr la diferenciación y mayor empatía con el consumidor.

DESARROLLO Y EJECUCIÓN DEL PLAN

Construimos una campaña integral. Con presencia en Vía pública, gráfica, material POP para el interior del shopping, presencia en Facebook e Instagram y una fuerte presencia en radios locales con una trilogía de avisos de más de 1 minuto.

RESULTADOS

La acción promocional TU VIEJO. TU CRACK se transformó en récord histórico de venta de tickets, llegando a más de 8 mil, distribuidos en todos los locales del shopping. Cuando el promedio en años anteriores no superaba los 5 mil. Una campaña que tuvo una gran visibilidad y una gran respuesta en redes sociales.

La trilogía radial de la campaña fue premiada en diferentes concursos de creatividad, obteniendo el ORO en mejor campaña radial del año en el festival internacional de publicidad independiente (FEPI)

Concepto

El mejor gol

FUISTE
VOS.



En el día del padre con
tu compra mayor a
\$1.200 te llevas una
pelota de regalo.



Tu viejo, tu

CRACK.



NUEVOCENTRO
SHOPPING

Radio 1

<https://soundcloud.com/user-928734828/nvc-radagash-bicicleta-02>

Radio 2

<https://soundcloud.com/user-928734828/nvc-radagash-cuentos>

Radio 3

<https://soundcloud.com/user-928734828/nvc-radagash-pregunta-02>

HELLO BRAND



MARCA . VAMOS A RESPIRAR
TUPIRA SUPIRANTRY