

Perspirex, premio ASPID gracias a una campaña realizada por Kanli

AGENCIAS, CREATIVIDAD

6 NO HAY COMENTARIOS 10/06/2015 01:25



Perspirex, líder en productos antitranspirantes y distribuido en España por Laboratorios ROVI, ha sido reconocido con un premio Aspid a mejor campaña en redes sociales, en la XIX edición de los Premios Aspid de Publicidad Iberoamericana de Salud y Farmacia, en su edición española.

El galardón le ha sido concedido por su campaña "Perspirex cambia tu vida", realizada por la agencia de marketing digital Kanli con motivo del lanzamiento del nuevo producto Perspirex Plus.

La entrega de premios tuvo lugar durante la noche del martes, en el transcurso de una gala celebrada en el World Trade Center de Barcelona, después de que el pasado 4 de mayo se reuniera el jurado para dictaminar las obras ganadoras de entre las 182 presentadas en esta edición.

María Vicario Palomero, del departamento de marketing de Laboratorios ROVI, se mostró entusiasmada con el reconocimiento: "Desde Laboratorios ROVI recibimos este premio con gran ilusión. Este galardón no es más que el fruto del trabajo conjunto con Kanli, que gracias a su amplia experiencia en el mundo digital nos ayuda cada día a establecer una relación más estrecha con nuestro consumidor final. Trabajar estableciendo sinergias nos ha permitido desarrollar una gran campaña 360° que confirma a Perspirex



Junio 2015

Por su parte, la Account Services Director de Kanlli, Irene Herrero, expresó su satisfacción por el premio recibido, y destacó la dificultad de lanzar un producto través de las redes sociales: "Los usuarios están expuestos a cada vez mayor número de mensajes y era un auténtico reto llegar hasta ellos. Yo creo que la clave del éxito fue conseguir que esas mismas personas a las que se dirigía el mensaje se convirtieran en protagonistas de la campaña, porque el mensaje de la marca se revestía de una veracidad incuestionable en boca de los consumidores".

El CEO de Kanlli, Gonzalo Ibáñez, destacó la importancia de este galardón: "Los premios Aspid cuentan con gran reconocimiento en el ámbito sanitario y farmacológico. Es un orgullo para nuestra agencia que un cliente tan importante como es ROVI haya sido galardonado por un trabajo nuestro", además, quiso destacar la importancia de las agencias digitales: "Este reconocimiento viene a corroborar que las agencias muy especializadas en un área tienen una visión más global: partimos de Facebook para saltar a televisión y regresar de nuevo a las redes sociales con toda naturalidad, que es lo que el usuario espera".

La campaña consistió en el reclutamiento de usuarios reales de Perspirex a través de las redes sociales para que, mediante el relato de cómo el antitranspirante les había cambiado la vida, se convirtieran en auténticos prescriptores de marca y en protagonistas del spot de televisión. Youtube, Facebook, Twitter y el blog de Perspirex ayudaron a comunicar todas las fases de la campaña, y se contó con el apoyo de diversos blogueros de moda y belleza que se ofrecieron a testar el producto.

La campaña "Perspirex cambia tu vida" provocó 127.000 visitas a la página web del producto, se incrementaron en un 95,8% los seguidores en Facebook, llegando a sobrepasar los 15.000, el engagement alcanzó el 24,28%, se sobrepasaron las 160.000 visualizaciones en Youtube y una decena de blogueros recomendó el nuevo producto.

Elena Lostalé

Responsable de Comunicación en Kanlli

 Facebook

 LinkedIn

 Twitter

 Google

 Correo electrónico

 Imprimir