

eficacia

Presentación de 'El Libro de la Eficacia#5'

'El Libro de la Eficacia#5' correspondiente a la V edición de los Premios a la Eficacia contiene 38 casos de éxito en la comunicación comercial.



Madrid, 8 de junio de 2004. La Asociación Española de Anunciantes (aea) y Consultores de Publicidad han presentado hoy en la Asociación de la Prensa de Madrid 'El Libro de la Eficacia' correspondiente a la V edición de los Premios que se organizan anualmente. El Libro analiza en profundidad los 38 casos ganadores de un Premio a la eficacia03.

Los casos muestran las campañas de grandes, medianas y pequeñas empresas sometidas a un riguroso control para determinar las más eficaces de la comunicación comercial en España, elegidas por un jurado formado por 11 profesionales con una gran trayectoria en áreas de comunicación y publicidad.

La mejor publicidad que se hace en nuestro país

En sus páginas se descubre caso a caso cuáles han sido los problemas a los que se han enfrentado las marcas y cómo gracias al trabajo conjunto de anunciantes, agencias y medios, los objetivos han sido alcanzados, e incluso ampliamente superados.

Son 38 casos prácticos con el detalle de los objetivos de marketing, planes de comunicación, creatividad, planificación en medios, herramientas de investigación y medición utilizadas, así como, finalmente, los resultados obtenidos.

'El Libro de la Eficacia' es el verdadero objetivo de los Premios. Es una gran colección de casos de éxito divididos en las 8 categorías de Eficacia Publicitaria: 1) Alimentación; 2) Bebidas; 3) Belleza e higiene, salud y limpieza; 4) Productos de consumo duradero; 5) Telecomunicaciones; 6) Finanzas, seguros y loterías; 7) Comunicación, ocio, comercio y servicios públicos; y 8) Campañas sociales. Además, se analizan en detalle los casos premiados en la categoría de Eficacia en Medios y en las tres categorías específicas: marketing relacional, marketing promocional y marketing interactivo.

Convoca:

aeanunciantes
Asociación Española de Anunciantes

Organiza:

GRUPO CONSULTORES
CONSULTORES DE PUBLICIDAD

eficacia

Entre los 38 casos recogidos en el Libro, cabe destacar el que obtuvo el Gran Premio a la Eficacia Publicitaria, de la agencia J. Walter Thompson y Viajes Iberia; y el Gran Premio a la Eficacia en Medios, que recayó en Carat España por su campaña para el Renault Megane. Además, se detallan campañas de San Miguel, Coca-Cola, Nobel, Fortuna, Atlético de Madrid, ONCE, Caja Madrid, Santander Central Hispano, Audi, Amena, Telefónica, Ford, Nestlé, Canal+, etc.

El hecho de contar con casos históricos que explican cómo funciona la publicidad será de extrema utilidad para los profesionales del sector que podrán minimizar riesgos de error y optimizar la inversión realizada. Además, en el terreno académico permitirá comprender mejor el complejo funcionamiento del negocio en el que van a trabajar y verlo desde lo más cercano a la experiencia.

El Libro, cuyo precio es de 60€, contiene además un CD Rom en el que se incluyen las películas, gráficas, cuñas de radio, ... de las campañas.

El Libro ha sido patrocinado por 3 empresas líderes en comunicación que persiguen constantemente la eficacia: Clear Channel, Mediaedge:cia y Wanadoo.

Convoca:

aeanunciantes
Asociación Española de Anunciantes

Organiza:

GRUPO **C**ONSULTORES
CONSULTORES DE PUBLICIDAD