

eficacia2012

XIV EDICIÓN PREMIOS A LA EFICACIA EN COMUNICACIÓN COMERCIAL

La Asociación Española de Anunciantes (aea) junto con la Asociación de Planificadores Estratégicos (APG) y Grupo Consultores, celebran un seminario para analizar la Estrategia e Innovación como fuente de Eficacia

Madrid, 24 de mayo de 2012.- Dentro de la Estrategia anual de los Premios a la Eficacia, un buen número de destacados planificadores estratégicos se dieron cita ayer en Madrid para debatir sobre la Eficacia en la Comunicación Comercial.

Con el título “La Estrategia e Innovación como fuente de Eficacia” comenzaba ayer un seminario en el que abrieron la jornada Macarena Estévez, Consejera Delegada de CONENTO y Pablo Vázquez, socio Fundador de la APG, analizando las claves de éxito de los 1.500 casos más eficaces de la publicidad en España.

Jorge Martínez, Director Creativo de Germinal Comunicación, explicó cómo surgió la idea del proyecto de Pastillas para el Dolor Ajeno de Médicos Sin Fronteras y los resultados obtenidos con una de las campañas más premiada y eficaz de los últimos años. Destacó la perseverancia en la lucha por mantenerse fiel a una idea como el ingrediente más importante para el éxito de la campaña.

Cerró el encuentro una mesa redonda compuesta por cuatro destacados planners moderados por Alfonso González-Callejas, Director de Planificación Estratégica de ARENA MEDIA y Vicepresidente de la APG. Nieves Durán, Directora General de Estrategia y Gestión de Marca de TAPSA, Marc Ros, Fundador &CEO de AFTERSHARE.TV, Antonio Núñez, Director General Estratégico de YOUNG & RUBICAM Madrid y Javier Creus, Fundador de IDEAS FOR CHANGE, pusieron sobre la mesa, cada uno desde una perspectiva diferente, su visión de la estrategia y de la Innovación como vías para conseguir resultados eficaces.

Nieves Durán habló de la innovación y misión de los productos para construir marcas, Marc Ros dio su enfoque desde el Branded Content, Antonio Núñez explicó la importancia del storytelling y Javier Creus centró el debate en las Estrategias de Apertura y en la forma de gestionar el crowdsourcing, así como en la necesidad de mantenerse alerta a la innovación en la periferia de la industria de la comunicación.

Los Premios a la Eficacia volverán a estar presentes la semana que viene en Bilbao en el Festival de El Sol donde se proyectará la bobina de los Oros de Eficacia 2011 y se analizarán dos de los casos ganadores de un Premio Oro en la Eficacia en comunicación comercial del último año.

Patrocinadores y colaboradores:

Como en años anteriores, los Premios a la Eficacia cuentan con el apoyo y patrocinio de MEC y TV3 Televisión de Cataluña. En esta edición se incorporan además, Vodafone Red Publicitaria Móvil y Vocento.

Colaboran la Asociación Española de Agencias de Comunicación Publicitaria, AEACP; la Asociación de Agencias de Medios, AM; la Asociación Nacional de Empresas de Investigación de Mercado y Opinión Pública, ANEIMO; la Asociación Española de Planificadores Estratégicos, APG; la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, AUTOCONTROL y el Interactive Advertising Bureau, IAB.

Para más información contactar con:

Convoca:

anunciantes
asociación española de anunciantes

Estrategia y Organización:



Contactos de prensa:

Asociación Española de Anunciantes
Elena Pérez del Monte
Comunicación

Grupo Consultores
Teresa Blasco
Directora de Comunicación

Tel.: 91 556 03 51

Tel.: 91 702 11 13

elenap@anunciantes.com

tblasco@grupoconsultores.com