

Finalistas a los Premios del Club de Jurados Eficacia 2021. Los ganadores se darán a conocer el 6 de octubre en un encuentro privado en Florida Park en donde se contará con la participación del tenor José Manuel Zapata

BBVA, Bankinter y Estrella Galicia optan a la Trayectoria Publicitaria de una Marca

Madrid, 28 de septiembre de 2021.- El próximo 6 de octubre se entregarán los trofeos Premio Eficacia a la Trayectoria Publicitaria de una Marca, Premio Eficacia a la Trayectoria Profesional, y Premio Eficacia Sub 41, otorgados por el Club de Jurados de los Premios a la Eficacia en el marco de un encuentro privado que se celebrará en Florida Park, donde se contará con la intervención del tenor José Manuel Zapata con “En clave de sol. Las cinco notas de la felicidad”. En este entorno se mantendrán, asimismo, las necesarias medidas en materia de seguridad sanitaria por la pandemia Covid-19.

Estos trofeos suponen la “antesala de los Premios a la Eficacia” que convoca la Asociación Española de Anunciantes (aea) contando con la asesoría estratégica de SCOPEN, y que tendrán lugar el 28 de octubre en el Teatro Real.

El Club de Jurados de los Premios a la Eficacia, que está compuesto por más de 200 profesionales que han sido jurado en alguna de las ediciones de los premios, ha decidido por votación que los finalistas a la Trayectoria Publicitaria de una Marca sean BBVA, Bankinter y Estrella Galicia, de Hijos de Rivera.

Del BBVA, que ya se posicionó como finalista el año anterior, se ha valorado especialmente “ser una marca pionera en la transformación digital de la banca y estar construida desde la coherencia, visión estratégica e innovación enfocada al cliente, creando una excelente plataforma de contenido de comunicación”.

En cuanto a Bankinter, igualmente en la terna del año pasado, se ha destacado su posicionamiento de diferenciación dentro del sector financiero, impulsando la comunicación con creatividad y transmitiendo una marca con alma, mostrando el punto de vista del cliente sobre lo que un banco debe ser.

Sobre Estrella Galicia, de Hijos de Rivera, se ha puesto en valor su capacidad de competir exitosamente contra empresas más grandes en un sector muy complicado y maduro, ganando cuota de mercado en zonas hasta el momento inexpugnables, con una forma distinta de hacer las cosas a nivel de producto, marca, y comunicación

Por lo que respecta a la Trayectoria Profesional, los finalistas son Silvia Bajo, directora corporativa de Marca de CaixaBank; José María Roca, vicepresidente y director general creativo de DDB y Félix Vicente, ex presidente y trusted advisor de McCann Worldgroup.

A Silvia Bajo se le ha reconocido, entre otras cosas, su valentía a la hora de crear campañas de comunicación disruptivas y reposicionar la marca Bankia generando un proceso de confianza en la institución. También se ha destacado su versatilidad en diferentes áreas de la comunicación y los medios.

De José María Roca, también nominado el año anterior, se ha puesto en valor su visión enfocada a la creación de marcas con un alto talento creativo, visión de negocio y una gran capacidad de entender a los clientes.

Sobre Félix Vicente se resalta su trayectoria profesional vinculada al Grupo McCann, plagada de éxitos y manteniéndola en el top de las agencias españolas durante muchos años. Asimismo, que siempre supo rodearse de grandes equipos, lo que dice mucho de un buen líder.

Los nominados al Premio Eficacia Sub 41, han sido Pedro Aires, senior creative planner en Sony Music; Adrián Mediavilla, cofundador de Slap Global y Kerman Romeo, head of Fame & Media Effectiveness en KFC. Estos dos últimos, también nominados en la anterior edición.

De Pedro Aires se ha valorado su carrera como planner durante más de 11 años en agencias creativas y su labor actual en Sony Music, aportando soluciones estratégicas y creativas al posicionamiento y content marketing de sus artistas.

Sobre Adrián Mediavilla se ha destacado su talento inquieto, amante de la profesión con su faceta como planner, empresario, columnista, jurado, así como imparable en redes sociales.

Y en cuanto a Kerman Romeo, se ha valorado su solvencia y madurez estratégica, su apuesta por el reposicionamiento de las marcas, y su trayectoria de éxito en éxito uniendo creatividad y resultados.