manantial de ideas

EJEMPLOS DE CAMPAÑAS REALIZADAS

¿POR QUÉ ELEGIR MANANTIAL DE IDEAS PARA SU CAMPAÑA PUBLICITARIA?

Somos un equipo de profesionales especializados en formatos no convencionales y de alta eficacia en el sector de la publicidad.

Nuestra dilatada experiencia nos ha llevado a desarrollar campañas innovadoras utilizando como canales publicitarios productos tradicionalmente con otras funcionalidades, pero que han demostrado su eficacia como medios de publicidad. Logrando a través de ellos una promoción de todo tipo de clientes original, sorprendente y que nos permite introducir su información en lugares donde nadie puede hacerlo.

Nuestro objetivo es crear para nuestros clientes soluciones publicitarias personalizadas, basadas en formatos no convencionales que llegan directamente hasta el consumidor. Así como continuar apostando por el desarrollo de nuevos productos, métodos y campañas que aseguren que la publicidad de nuestros anunciantes llega directamente hasta el cliente final de la forma más amable.

EN PANADERIAS

BOLSAS + SAMPLING

Conservas Gravilla decide confiar en nuestro soporte para promocionar los nuevos productos de su gama de comida preparada a base de pescado Isabel. La acción promocional cubrió todo el territorio nacional alcanzando las 17 comunidades autónomas de España. Se repartieron 2.500.000 bolsas publicitarias de Isabel y 120.000 muestras de su gama de comida preparada. Productos que llegaron hasta el consumidor repartidos en 5.000 puntos de venta de pan colaboradores de todo el territorio nacional.

Entre los años 2012 y 2014 Danone ha utilizado el soporte Publipan® para dar a conocer sus nuevos productos en 7 campañas diferentes (4 de Activia, 2 de Actimel y 1 de Densia). Además de las bolsas, se han distribuido muestras del producto de forma gratuita en las panaderías. Los clientes no solo recibían el pan en las bolsas personalizadas, también se les obsequiaba con una muestra de producto para que pudieran probarlo y comprobar su calidad. En alguna ocasión las bolsas han incluido además un cupón descuento para la compra del producto en supermercados.

Publipan® ha distribuido un total de 2.165.000 bolsas de 3 medidas diferentes para Danone.

EN PANADERIAS

BOLSAS + CUPONES DESCUENTO

En la primera campaña, las bolsas se entregaron junto con una cuponera llena de descuentos en productos P&G para canjear al comprar esos productos en los establecimientos habituales. La acción repartió una tirada de 141.300 bolsas. Más adelante, en una segunda campaña, el objetivo era promocionar las nuevas cápsulas 'Ariel 3 en 1' para la lavadora. El reparto se efectuó por todo el territorio nacional en un total de 1.750 panaderías a las que llegaron 6500.000 bolsas publicitarias. La campaña estaba formada por 2 diseños diferentes de bolsa. En la provincia de Sevilla, se repartieron 50.000 bolsas con un descuento de 2€ para la compra del producto en los supermercados. En el resto del país, las bolsas no incluían ese descuento, sin embargo, el panadero entregó una cuponera con diversidad de descuentos para comprar productos P&G.

BOLSAS + URNAS

Interprofesional del aceite de Oliva español

GOBIERNO DE ESPAÑA · MINISTERIO DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE

3.000.000 de bolsas Publipan® han incentivado el consumo de aceite de oliva durante 2 años consecutivos. Estos ejemplares se repartieron por gran parte del territorio nacional junto con posters y libros informativos con el aceite como protagonista. Las bolsas incluían un cupón recortable para depositarlo en las urnas de las panaderías y participar en el sorteo de aceite de oliva para todo un año. Sólo la recogida de cupones de la segunda campaña alcanzó los 36.180.

EN PANADERIAS

BOLSAS + VENTA DE ENTRADAS

Benicàssim AQUARAMA

Durante tres veranos consecutivos, el parque acuático Aquarama ha desarrollado campañas de la mano de Publipan®. Dichas acciones no se han limitado al reparto de bolsas, sino que además, se han vendido entradas para el parque acuático en las propias panaderías, donde el panadero, al margen de dar la bolsa a sus clientes, vendía las entradas directamente al consumidor y a un precio especial. Gracias a la colaboración de estos, las campañas son un éxito, por lo que se les obsequia con entradas gratis. Sumando las 3 campañas, el número de entradas vendidas en las panaderías ha superado las 56.000 unidades.

BOLSAS + BOLETOS

MOTAQUIP
CAR SERVICE

La acción promocional que Motaquip llevó a cabo, cubrió la mayor parte del territorio nacional a través del reparto de bolsas en 15 comunidades autónomas de España. Para esta campaña, Publipan® distribuyó, los primeros días de octubre de 2013, un total de 1.380.000 bolsas y 1.380.000 boletos con descuentos y regalos directos en los talleres Motaquip. Boletos que llegaron hasta el consumidor repartidos a través de 2.256 puntos de venta de pan colaboradores.

EN FARMACIAS

BOLSAS + SAMPLING

Eucerin®

Beiersdorf S.A., a utilizado Publipan® y su soporte Farmanuncio®, como parte fundamental de sus campañas para promocionar el consumo de su amplia gama de productos EUCERIN.
En total, se han distribuido 3 campañas diferentes que han sumado 886.200 bolsas y 744.578 muestras de diferentes productos.

La aceptación en las farmacias fue todo un éxito y los clientes pudieron probar de primera mano los estupendos productos EUCERIN.

EN FRUTERÍAS

MATERIAL PROMOCIONAL

peRsimon®
KAKI RIBERA DEL XÚQUER

Kaki Ribera del Xúquer patentó Pérsimon, pasando a ser una marca, no una variedad de kaki como se venía utilizando. Para informar a las fruterías de que solo se puede denominar Pérsimon a la variedad de kaki duro con Denominación de Origen Ribera del Xúquer, se repartió en 1.000 fruterías el siguiente material: 2 marcadores para las cajas, 50 imanes para obsequiar a los clientes y 1 folleto informativo.
Además se ofreció la posibilidad de comercializarlo en aquellas fruterías donde aún no se vendía.

Melocotón de Calanda
CONSEJO REGULADOR DENOMINACIÓN DE ORIGEN

El pasado mes de septiembre de 2014, el Consejo Regulador de la Denominación de Origen MELOCOTÓN DE CALANDA confió en Manantial de Ideas para lanzar una exitosa campaña en 235 fruterías.

La acción consistió en la entrega de urnas, dípticos, displays y colgantes circulares para colocar en cada frutería.

Además, los clientes podían participar en el sorteo de 200 € por la compra de 1 kilo de Melocotón de Calanda. Para ello, debían pegar 4 pegatinas de autenticidad en el díptico y depositarlo en la urna correspondiente rellanado con sus datos de contacto.

EN FRUTERÍAS

MATERIAL PROMOCIONAL

Las manzanas Val Venosta querían dirigir los esfuerzos de su campaña a la comunicación con los fruteros, máximos referentes para el consumidor final. Para eso, se crearon 2 acciones promocionales:

1. Un concurso para los clientes de las fruterías. Consistía en pegar 5 pegatinas de las manzanas en un boleto y optar a un premio de 300€ tanto para el cliente como para el frutero.
2. Buscar las mejores fruterías de España, rellenar una ficha en la web de Val Venosta y enviar una foto (premios Golden Gold).

La distribución en las fruterías consistió en el reparto de un maletín con el siguiente material promocional: 2 delantales, 3 stopper para la fruta, 2 blocs de boletos para el concurso, 1 sobre para el envío de los boletos, 1 poster, 1 señalizador de "frutería exigente" para colocar en la puerta, 1 flyer promocional del premio Golden Gold, 1 base legal del concurso para los clientes. Además de la entrega, se explicó y animó a los fruteros a promover la campaña, se les invitó a participar en los premios y se hicieron las fotos.

La campaña de promoción consistió en el reparto de folletos y colgantes para las 739 fruterías distribuidoras de Plátano de Canarias.

Se les ofreció la posibilidad de colocar un expositor en la frutería y obtener así regalos promocionales para sus clientes.

Además, se entregó un pack con material gráfico y chalecos a otras 400 fruterías no distribuidoras, para invitarles a pertenecer a la Red de Distribuidores RUP de Plátano de Canarias.

EN CARNICERÍAS

MATERIAL PROMOCIONAL

INTERCUN Organización Interprofesional Cunícola

Un campaña conjunta de Intercun y Manantial de Ideas repartió material promocional con el mensaje "Carne de conejo, 2 veces x semana", un buen consejo para incentivar el consumo de la carne de conejo en los hogares españoles como parte de una dieta saludable y equilibrada.

Además del mensaje informativo, los consumidores tuvieron la oportunidad de participar en una promoción. Para ello, solo debían incluir en su dieta la carne de conejo, ya que con la compra de este producto participaban la tómbola de regalos directos que Intercun y Manantial de Ideas habían preparado para ellos en el mismo punto de venta.

Todos los boletos estaban premiados con útiles regalos como un completo recetario, una bolsa de la compra, un imán-bloc de notas para la nevera o una deliciosa receta para disfrutar al máximo de esta sabrosa y nutritiva carne.

EN BARES

MATERIAL PROMOCIONAL

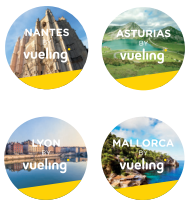
vueling

En Mayo de 2014, Manantial de Ideas repartió, en un total de 100 bares de Sevilla, la campaña “Elige tu verano vueling”, desarrollada para promocionar los vuelos desde el aeropuerto de Sevilla a diferentes destinos nacionales y europeos.

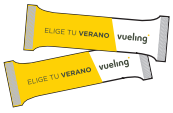
La campaña duró 7 días en los cuales se entregó en cada bar el siguiente material: 2 carpetas Publiprensa, 500 posavasos, 20 portasacarinas, 1.000 azucarillos, 500 sobres sacarina, 10 vinilos removibles de mesa, 500 manteles sobremesa y un vinilo para cristal.

Manantial de Ideas se encargó de la impresión de todo el material, de la realización de algunos diseños, del manipulado y distribución en los 100 bares y el mystery shopping de la campaña.

Publiprensas



Posavasos



Sobres sacarina

manteles sobremesa

Portasacarinas

Sobres azucarillo

vinilos removibles mesa

vinilos para cristal

EN KIOSKOS

BOLSAS + SAMPLING + CUPONES DESCUENTO

Los kioscos son otro de los establecimientos de venta directa donde Manantial de Ideas lleva a cabo sus campañas. Una marca que ha escogido estos locales para la distribucion de su publicidad ha sido Ariel, que participó en una campaña promocional a través de la cual repartió 30.000 bolsas para kioskos en abril de 2015.

La acción tuvo lugar en 300 kioscos madrileños y es solo una más de la lista que la firma ha realizado junto a Manantial de Ideas, aunque la primera realizada en estos establecimientos.

Además de recibir la prensa diaria en las bolsa publicitaria de Ariel, los clientes de los kioscos de la ciudad fueron obsequiados con una muestra de Ariel Pods 3 en 1 y con un descuento para sus compras en productos de la marca.

manantialdeideas

Tel.: 941 145 057
expansion@publipan.net
www.manantialdeideas.com

Seguimos tomando decisiones.