



Brandlife

SEMANARIO GRATUITO DE COMUNICACIÓN DE MARCAS

psd Distribución auditada por OJD. Último control (Ene-Dic 07) 10.200 ejemplares.

El 34% de las mujeres que alcanzan el orgasmo siempre o casi siempre suelen utilizar juguetes sexuales, según el Informe Durex de Bienestar Sexual 2007/2008. El porcentaje se sitúa en el 25% en el caso de los hombres.



AÑO 03 NÚM. 79 | 12 MAYO 2008

Aperitivo oficial

A medio camino entre Pisa y Génova, en plena costa de Liguria, existe una localidad llamada Monterosso al Mare. El descubrimiento de este pueblo fue todo un hallazgo para Bitter Rosso de Mare Rosso, de Coca Cola. Además de la similitud entre ambos nombres, la zona en la que se encuentra la localidad fue la cuna del bitter como aperitivo.

Carlos Chaguaceda, brand manager de esta bebida, tuvo claro entonces que estas coincidencias podrían servir de argumento a ambas 'marcas' para diferenciarse del resto y, así, tras un acuerdo con las autoridades municipales de Monterosso, Bitter Rosso fue declarado aperitivo oficial de la localidad. Como agradecimiento, el bitter de Coca Cola patrocina las fiestas más populares del pueblo: las del Limón (fruta que abunda en la región).

Para Chaguaceda, la iniciativa muestra fundamentalmente dos cosas. Por un lado, que en la comunicación y el marketing aún queda mucho por decir y, por otro, que la creación de una marca no depende tanto de su presupuesto (Bitter Rosso es la enseña con menor presupuesto de la compañía) como de la actitud frente a la realidad y la competencia.

La vuelta al mundo en 33 días

Skype seguirá los pasos de una copy australiana de 26 años, Rebecca Campbell, en un viaje por todo el mundo en 33 días. La aventura se llama Nomad (Nómada) y es la última campaña de la marca de telefonía por internet. Durante el trayecto, la redactora publicitaria tendrá que estar en constante movimiento, incluso cuando duerma (desplazándose en barco, por ejemplo).



La joven australiana mantendrá a los internautas informados de su viaje a través de dispositivos móviles y utilizará tecnología Skype,

además de las plataformas online YouTube, Flickr, MySpace y un blog creado especialmente para la acción (skype.com/go/nomad).

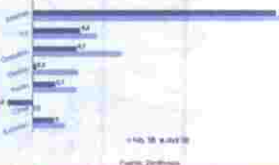
A medida que vaya avanzando la aventura, los usuarios podrán aportar, en este blog, sugerencias sobre el rumbo de Campbell.

La campaña, obra de la agencia londinense Albion, representa la mayor acción de marketing desarrollada por Skype hasta el momento. La marca ha logrado 300 millones de clientes sin recurrir a formatos tradicionales de publicidad.

La inversión registra en abril la mayor caída en los siete años del panel Zenith Vigía

La tan sonada crisis empieza a dejar sus primeras manifestaciones. La inversión publicitaria registró su último dato positivo el pasado mes de febrero (creció un 6,5), en el panel Zenith Vigía, y en el último mes ha pasado a ser claramente negativo, al caer hasta un 44,2, la cifra más baja en los siete años de este estudio. La previsión en la cifra de inversión para 2008 se acerca, de todos modos, a los 8.300 millones de euros, la mayor cifra registrada hasta el momento.

Previsión de incremento de inversión en el medio expresada en %



<p>Brandwater</p> <p>Fashion water</p> <p>La marca de cantimploras <i>Siggy Elle</i> crean una edición especial de botellas contra el cambio climático.</p>	<p>Brandnews</p> <p>"Hartas de tu axila"</p> <p>Axe crea un grupo de música femenino que canta a sus novios para presentar un nuevo desodorante.</p>	<p>Brandagency</p> <p>Julio Wallovits, fundador de La Doma</p> <p>"La Doma intenta poner orden en el caos incurable de nuestros días".</p>
---	--	--

Aquí no se puede jugar, ni comprar, ni encontrar viejos amigos.

Y, sin embargo, es una de las webs más visitadas del sector.

www.canalestematicos.es
 Más de 9.500 visitas y 120.000 páginas vistas al mes en 2007