

Viví los Juegos Olímpicos 2008 en [www.telecomolimpico.com](http://www.telecomolimpico.com)  
Hace click aquí



EDICION 232

Lunes 14 de Julio 2008

- tapa  
- sumario  
- ediciones anteriores

- suscribirse a ed. online  
- suscribirse a ed. impresa  
- edición impresa actual  
- tarifario Infobrand

- contacto  
- [Mapa del Sitio](#)

Buscar en Infobrand

> [búsqueda avanzada](#)

Revista de marketing, branding y comunicación (medios, campañas, publicidad, casos, lanzamientos y estilo de vida)

> [novedades](#)

**El Ojo de Iberoamérica**

**Santander Río invierte en Infoxel de Argentina**

**Capusotto en la AAAP**

**Bonafide crece en Chile**

**GUM innova en el mercado de los cepillos de dientes**

**Burger King se expande**

**Samsonite lanza nueva colección**

**MTV presente en Bariloche 2008**

**Logicalis junto a Cisco, optimizando la industria Retail**

**Promo helada en el día del amigo**

> [inside the brand](#)



**GALENO 18.25 - Nueva Campaña.**

"Galeno 18.25, Tu Primer Plan Médico" es el tema de la nueva campaña de publicidad de GALENO, la Empresa de Salud más grande de la Argentina. Bajo el concepto "Está bueno Crecer" habla a todos aquellos que están empezando a transitar el camino que los separa del adolescente y los convierte en adultos.

[Anteriores](#)

> [campañas](#)

## 4' Marcas amigueras

**Llega el día del amigo y las marcas aprovechan la fecha para lanzar su artillería. Una vez más, Quilmes se pone a tono con la fecha y lanza página propia, Movistar reflota a Franco Bagnato remixando su rol al ponerlo como buscador de amigos, Fibertel se pone en alerta y arremete con una cruzada especial y Gol sigue ofreciendo viajes a Brasil con amigos. Y el tema también llegó a los locales de indumentaria teen.**

Se dice que lo del Día del Amigo es un invento argentino y de eso parecen dar cuenta las marcas. Ya es un clásico que los equipos de marketing aprovechen el calendario para marcar con cruces todas aquellas fechas que pueden servir de buenos argumentos para hablar de sus marcas. Y el Día del Amigo se convirtió en un clásico de estos últimos años. Una de las características más sobresalientes de los consumidores argentinos es la de celebrar y honrar la amistad por sobre muchas otras cosas. Además, el target joven, el más apetecible para las marcas, combina su espíritu "amiguero" con su manejo de la web, dos claves del momento.

### Tentaciones

Esta vez, el 20 de julio cae domingo pero los festejos por el Día del Amigo casi toman toda la semana o el mes. El año pasado Quilmes batió récords con su promoción para el Día del Amigo. Había puesto a Luciana Salazar (y a otros celebrities más pero no tan taquilleros) a emitir saludos online y así cosechó más de un millón de visitas en su página ad hoc. Este año vuelve al ruedo con un site especial titulado "En el día del amigo" ([www.eneldiadelamigo.com](http://www.eneldiadelamigo.com)).

En esta ocasión la cervecera también contrató a celebrities. Sebastián Wainrach y Matías Martín, ambas figuras de la radio Metro, ofician de moderadores de la propuesta. Según se trate de hombres o mujeres hay un menú desplegable. Para las mujeres aparecen Marley, Ernestina Pais y Rodrigo Guirao Díaz ofertando maneras de festejo casi irresistibles, desde un viaje a la Polinesia, pasando por un día de spa hasta un día de intimidad con el galán. Para los varones hay propuestas del Gato Gaudio de conocer la "mansión de las conejitas", del Coco Basile para un partido con los cracks, y de la dupla de Luli Fernández y Jessica Cirio que ofrecen un día en Punta del Este.

El gag es que el amigo en cuestión recibe un video con los celebrities seleccionados y la oferta irresistible. Hace su opción y así se lo pone a prueba: ¿acepta las ofertas u opta por celebrarlo con los verdaderos amigos?. Como epílogo, Quilmes envía un mail con el veredicto amiguero. Y así, mails van y mails vienen generando un enorme tráfico que tiene a la marca como protagonista. Es la reedición del "sabor del encuentro", un slogan creado cuando el "Día del Amigo" todavía no era famoso.

### A pura fiesta

Para Fibertel la celebración la motivó a generar el "Escuadrón de la Amistad" a través de una campaña de Datafull Branding, la división web de Eyeworks Cuatro Cabezas. Se trata de una serie de promociones que tienen como epicentro el microsite [www.escuadronfibertel.com.ar](http://www.escuadronfibertel.com.ar). En el sitio los clientes pueden recomendar el servicio logrando un mes de conexión gratuita, tanto para el sugeridor como para el recomendado. Pero además se complementa con acciones virales orientadas hacia la amistad: video denuncia, buscados, mejores amigos, tips de la amistad, los mandamientos de la amistad para hombres y mujeres y un blog para opinar sobre la amistad. Como broche de oro promocionan una gran fiesta, la Fibertel Friend Fest, a celebrarse el sábado 19 de julio a las 23hs en Punta Carrasco, con la presencia bandas y DJ's.

Para seguir con los festejos la aerolínea brasilera lanzó su "Avión Gol de Amigos". Y también tiene su página web ([www.unaviongoldeamigos.com](http://www.unaviongoldeamigos.com)) para que todos se prendan en el sorteo de dos viajes a Salvador de Bahía, Brasil, con 10 amigos cada uno.

La acción publicitaria fue desarrollada por 361° Argentina y tiene una ubicación clave en subtes, universidades, gimnasios y radios.

Y Movistar no se quedó atrás y convocó a Franco Bagnato, el periodista que se hizo famoso con su programa "Gente que busca gente". En este caso se trata de la búsqueda de los amigos y así surge la "Cruzada de Amigos que buscan Amigos". También hay fiesta programada para la víspera y para eso hay que mandar mensajitos al 26446 con la palabra "amigo" o "amiga". Y, al igual que pasa con Fibertel, también abrieron un canal de convocatoria en Facebook.

Pero la cosa no termina ahí. La Mejor Flor y Escorihuela Gascón también le ponen su tono al Día del Amigo: con un ramo de flores de al menos \$35 hay vinito de regalo. En 47 Street, uno de los locales de indumentaria teen por excelencia, se armó una promo cruzada con Trops, los nuevos chupetines de Arcor. Y en otros locales, como Scombro o Agarrate Catalina, hicieron un acuerdo con Issue por el cual hay regalos de "Crazy Colors", la coloración directa de tonos fuertes (fucsia, verde, rojo, violeta, naranja).

Está claro que la celebración del Día del Amigo es un tema fuerte para algunas marcas. La web y la participación directa de los usuarios, sobre todo a la hora de dejar sus datos y los de sus amigos, está en perfecta sintonía con las demandas de las veneradas comunidades.

Alicia Vidal  
[alicia@infobrand.com.ar](mailto:alicia@infobrand.com.ar)  
Editora