

# INFO BRAND

revista de marketing, branding y comunicación DIGITAL®

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

Edición Impresa  
Contacto Comercial  
Staff  
Editorial  
Registración  
Ingreso



MARKETING | BRANDING | COMUNICACIÓN | PUBLICIDAD | MEDIOS | CASOS | OPINION | CAMPAÑAS | LANZAMIENTOS | BTL | RETAIL | 10 MIN CON | MUJERES BRANDING

HOME > BTL

BUSCAR EN INFOBRAND

enviar comentar imprimir ajustar tamaño RSS

## NEWSLETTER INFOBRAND

Reciba el más amplio contenido de Infobrand y esté siempre informado.

Ingrese su email  OK

## Pluna, un viaje de re-egresados para volver a los 17

por Redacción Infobrand

MIÉRCOLES 17 DE DICIEMBRE DE 2008

La aérea uruguaya se subió a la nostalgia y promociona su marca entre los mayores que quieren recrear el espíritu secundario y todo con herramientas online..



Pluna lanzó una acción online que permitió que un curso de egresados de 1977 volvieran a sentirse jóvenes de 18 años. Esta vez, no fueron a Bariloche, sino a Punta del Este y al Conrad. Hoy todo es posible, y aunque la máquina para volver al pasado no se inventó todavía, hay marcas y empresas que permiten revivir y reflotar ese sentimiento de juvenil.

### Todos en Punta

La línea aérea uruguaya Pluna se acercó a la agencia local Sinus, especialista en Internet, para desarrollar una original campaña de BTL en la web. "Pluna había creado una página en Uruguay y en Chile donde la idea era llenar un avión, se sorteaban los ganadores y viajaban. La idea era replicar eso en la Argentina, pero nosotros le propusimos un concepto, que fue el del viaje de re-egresados", le comenta a Infobrand Sebastián García Padín, Socio Gerente de Sinus. A través del sitio [www.todosapunta.com](http://www.todosapunta.com), más de 135 mil personas participaron de la posibilidad de llenar un avión y revivir el viaje de egresados. Los aviones que completaron los 32 asientos disponibles, participaron del sorteo para revivir el viaje. Pero esta vez, el destino no fue Bariloche, sino Punta del Este, con estadia en el Hotel Conrad. "Nos pareció que lo mejor era ir a Punta del Este y llevarlos a ese hotel de primera categoría porque está en función del target objetivo de Pluna. Le dimos un valor que no sea el del descontrol de Bariloche, sino que el objetivo era que los ganadores se suban a un buen avión, nuevo, y vayan a un lugar top", agrega Sebastián.

Del sorteo participaron varios egresados y los ganadores fueron los del Colegio Juan Zorrilla de San Martín, de la provincia de Córdoba, quienes habían terminado el colegio en 1977. A partir de esta acción, Pluna entró de lleno en el mercado local mostrándose como una marca "moderna y cool, como ellos mismos se llaman. En la página - explica Sebastián - buscamos transmitir tanto lo que es Punta como lo que es la marca y su aspiración de vanguardia y modernidad".

Además, la acción tuvo un gran empuje gracias a Facebook. "No sólo tuvo éxito porque participaron más de 130 mil personas, sino que cada avión tenía un foro y esto permitió que ex compañeros se volvieran a reencontrar. Funcionó como el foro social de Facebook. Por este motivo fue que nos pareció fundamental crear la aplicación, y de hecho fue lo que más gente acercó al sitio", comenta el socio gerente de la agencia Sinus.

Aunque esta acción terminó, Sebastián adelantó que próximamente Pluna lanzará una fuerte campaña publicitaria en radio y online donde comunicará ofertas de viajes y destinos promocionales: "serán cosas tácticas, para ir ganando mercado y consolidando aún más la marca en el mercado local".

Por CCG

ENVIA TU COMENTARIO

0 | maximo 300 caracteres ENVIAR

### VOTAR



0 Votos | Ranking: 0.0

### NOTAS RELACIONADAS

- El renacer del BTL
- El BTL avanza
- La activación de marca es la vedette del BTL
- Revista de PLuna
- Planificar el BTL, en verano
- BTL. Las promociones resurgen como salvavidas.

### COMPARTIR

- delicious
- google bookmark
- technorati
- barrapunto
- meneame
- yahoo my web
- fresqui
- flenk
- enchilame
- my space
- twitthis

### BREVES TOP 5

- Starbucks inaugura nuevo local
- Bafweek 2009
- Adidas 100% argenta
- Budweiser, acciones de verano
- Coolhunter, curso 2009

### BREVES



RIM participó de la Conferencia de IDC "Business Mobility & Convergence"

Nuevo Town House SUCRE

Las RRPP ante el desafío de los nuevos medios

Se aproxima el marketing Bluetooth

El retail con aires de dulzura

MAS LEIDAS MAS COMENTADAS MAS RECOMENDADAS

- Mujeres, las mejores a la hora de gestionar marketing
- Tips para pensar en el plan global de comunicación
- Radio Mitre con nuevo Chiche. Ondas de radio 2009
- Niquitin de GSK, un aliado para los que quieren dejar de fumar
- Mujeres de más de 40: la apuesta al e-commerce

### Estilo de vida

## Mantra Resort y una nueva revista entre sus propuestas

Para quienes buscan desconexión del ajetreado entorno urbano, el resort se perfila como lugar de ensueño y goce en Punta del Este



enviar

### PUBLICIDAD DE GOOGLE

#### Aviones

Encuentre Información Sobre Vuelos, Precios y Mucho Más de Air France!

[www.AirFrance.com.ar](http://www.AirFrance.com.ar)

#### ¿Querés ir a Bariloche?

Comprá tu pasaje en LAN.com ¡Y comenzá a disfrutar de tu viaje!

[www.lan.com](http://www.lan.com)

#### Agencias de Viaje

Pasajes, hoteles y paquetes. ¡Excelentes ofertas aquí!

[www.Destinet.com.ar](http://www.Destinet.com.ar)

#### Punta Del Este

Encuentre ofertas. Lea opiniones de viajeros como usted.

[www.TripAdvisor.es](http://www.TripAdvisor.es)



Anuncios Google