



PREMIOS EFICACIA A LA COMUNICACIÓN COMERCIAL 2018



Nidina, de Nestlé, se alza con el Premio de Oro al Reconocimiento Especial a la Investigación.

Nestlé repite galardón 2 años consecutivos.

Madrid 26 de octubre de 2018

Por segundo año consecutivo, Nestlé ha sido la ganadora del Premio de Oro al Reconocimiento Especial a la Investigación en los Premios Eficacia a la Comunicación Comercial 2018. Esta vez, ha sido el caso de la marca Nidina el que le ha hecho merecedora del premio. Recordamos que un año más, Aneimo ha colaborado asesorando técnicamente al jurado de los Premios.

El galardón fue entregado por Pepe Martínez, Presidente de Aneimo, la pasada noche en el Teatro Real de Madrid. Convocados por la Asociación Española de Anunciantes (aea), los Premios Eficacia han celebrado su 20ª edición.

EL CASO NIDINA, LA INVESTIGACIÓN COMO EJE DE COMUNICACIÓN

Está claro que el descenso de natalidad provoca numerosas consecuencias, pero una muy directa es sin duda la caída de ventas de productos para bebés, entre ellos las leches de fórmula como Nidina.

Para paliar este descenso, Nidina entró en una estrategia de promociones que a la larga afectó negativamente a su notoriedad. ¿Cómo repositionar la marca en un mercado descendente?

Lo primero, averiguar las respuestas a 6 preguntas claves, las “6W”:

Who? · What? · Why? · Where? · When? · How?

Una de las conclusiones de estos análisis fue que los padres y madres tienden a sobreproteger a sus hijos, aunque sean conscientes de que no es bueno para ellos. Es algo inevitable.



¿Qué se hizo? Unas dinámicas de grupo en las que se presentaba a los padres un nuevo producto: “la burbuja que mantendría siempre protegidos a los bebés, la Bubble Baby Protect”. Después del shock inicial, los padres reflexionaban y debatían entre ellos sobre la sobreprotección. Fueron estas mismas dinámicas grabadas y enriquecidas con entrevistas posteriores las que sirvieron como eje de la campaña, en un material que se agrupó bajo el hashtag #HablemosDeProtección, difundido en redes sociales y en la web de Nidina.

Hablar de lo que verdaderamente inquieta a los padres y madres actuó como vínculo de unión efectivo con el target, les acercó la marca y diferenció a ésta de su categoría.

Algunos de los resultados obtenidos: se multiplicó la notoriedad de Nidina por 7 durante el periodo de acción y por 2 durante el resto del año, las visitas a la web aumentaron un 225% durante la campaña, las ventas incrementaron un 3% durante la campaña, la penetración de la marca creció en 5 puntos tras la campaña...

Pero sobre todo y más importante que los datos a corto plazo, fue la empatía y las emociones positivas que provocó la campaña, el refuerzo de la credibilidad de la marca y la conexión que se estableció con los padres. Todo ello permitió a Nidina alejarse de la estrategia puramente promocional que debilitaba su marca. Hablar de lo que al consumidor realmente le interesa es sin lugar a dudas una de las claves de la comunicación de cualquier marca. Y Nidina lo supo hacer y aplicar con valentía, escuchando e identificando los insights esenciales para los padres y madres a través de varias fuentes y herramientas utilizadas en la campaña. Por ello, su caso tiene Premio: Premio de Oro al Reconocimiento Especial a la Investigación. ¡Enhorabuena, Nidina!

Recordamos que Aneimo apoya estos premios desde 2004 y desde 2009 colabora dando asesoramiento técnico al Jurado con un representante. En esta edición ha sido el experto Antoni López, Brand & Communication Director de Kantar TNS.



De izquierda a derecha: Equipo de la campaña “Nidina” (Nestlé y Ogilvy), Adrián Mediavilla (Presidente de la APG Spain), Equipo de la campaña “Movistar eSports” (Telefónica Movistar y Wysiwyg), y Pepe Martínez (Presidente de Aneimo).

aneimo

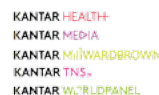
investigar. construir. conectar.

Qué es Aneimo

Aneimo es la Asociación de Empresas de Investigación de Mercados y Opinión. Agrupa las empresas más importantes en investigación de mercados; actualmente sus empresas asociadas representan más del 50% del volumen de negocio del sector. Aneimo trabaja en promover el desarrollo de sus socios, asegurar que cada trabajo se realiza siguiendo los más altos estándares de calidad y velar por el respeto de los códigos de ética profesional. En Aneimo creemos firmemente que la investigación de calidad genera conocimiento y por lo tanto genera directamente resultados positivos sobre el negocio de los clientes.

www.aneimo.com

Socios de Aneimo:



MÁS INFORMACIÓN:



C/ Velázquez 146, 3º 2 28002 Madrid
 T.: 91 411 06 85
www.aneimo.com
prensa@aneimo.com
[@aneimo_oficial](https://twitter.com/aneimo_oficial)

PRENSA:



Smart Media Solutions
 Teresa Osma | tosma@smartm.es
 C/ Tutor, 11 1ºA. 28008 Madrid.
 T.: 91 7584872
www.smartm.es

Aneimo, colaborador de los Premios a la Eficacia y del Reconocimiento Especial a la Investigación

eficacia2018
 XX EDICIÓN PREMIOS A LA EFICACIA EN COMUNICACIÓN COMERCIAL