

ESPECIALISTA EN DEMANDAS COLECTIVAS LIDERA LA CAUSA DEL “CÁRTEL DE LA LECHE”

IKI MEDIA PARA ESKARIAM

En 2019 la CNMC sancionó a las principales industrias lácteas que operan en España por vulnerar la libre competencia. Estas compañías, al intercambiar información, han logrado abaratar el precio medio de mercado de la leche y provocar el cierre de muchas ganaderías.

ESKARIAM, única empresa de servicios jurídicos en España especializada en demandas colectivas, detecta una oportunidad de reclamar por los perjuicios ocasionados y solicita a IKI Media una estrategia para acceder a los ganaderos del norte de España e informarles de su derecho a reclamar.

Objetivo: ESKARIAM necesita hacer llegar su mensaje a los ganaderos, a la vez que refuerza el posicionamiento de su marca. Para ello, inicia una acción informativa, otorgando visibilidad a una causa legal que no había formado parte del debate mediático y social.

El plan: El reto era contactar con un target difícil de impactar, rural y escasamente digitalizado. Se desarrolla una comunicación sencilla, directa y muy clara, con una estética alejada de los códigos de despachos de abogados, primando la creatividad para generar confianza.

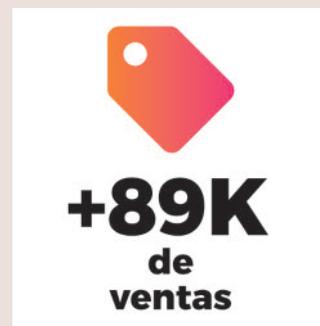
IKI Media selecciona medios con mayor cobertura y afines al target: TV (en el contexto COVID permite menores niveles de saturación publicitaria y mayor consumo, optimizando el ROI de campaña) y Radio (con una planificación en 95 emisoras o desconexiones locales), así como una campaña digital que incluía publicidad programática. El Plan se complementó con acciones de PR.

El resultado: Más de 2.000 ganaderos se han sumado a la causa colectiva. El valor de la causa para los clientes de ESKARIAM puede alcanzar los 1.000 MME, convirtiéndola en una de las grandes causas europeas. Se multiplicaron por 12 las visitas a la página web en los tres meses que siguieron a la campaña y se generaron 150 apariciones en medios y más de 10 entrevistas en radios locales.

Gracias a esta campaña de IKI Media, ESKARIAM se ha consolidado como un gran especialista en grandes litigios y demandas colectivas en España.



ROBERTO LÓPEZ
Ganadero en activo, Lugo



LAS CLAVES DEL SMARTSHOPPING

TIDART PARA FOOTDISTRICT

FootDistrict, la firma de calzado multimarca, confía en Tidart desde 2019, año en que eligió a esta agencia de medios para el lanzamiento de sus campañas internacionales en países como España, Alemania, Francia, Portugal, Irlanda o Países Bajos. La firma está especializada en el eCommerce de venta online de zapatillas, ropa y accesorios y nació en el año 2012 con el objetivo de especializarse en la venta de zapatillas de edición limitada y ropa streetwear, haciendo énfasis en una cuidada selección de marcas exclusivas de este sector, entre las que destacan Vans, Adidas, Huf, o Reebok, entre otras.

Estas campañas se han combinado con estrategias orientadas al branding y la consideración, con especial foco en redes sociales (Facebook e Instagram) así como en YouTube a través de la plataforma Biddeo.

Entre los resultados conseguidos por Tidart en las campañas para FootDistrict, destacan datos como: una inversión hasta la fecha de 785.000 euros; +660 millones de impresiones; más de 7 millones de clics; ROAS superior a 12; más de 89.000 ventas

Estas cifras han sido posibles gracias a una estrategia de smartshopping, con especial hincapié en Smartdisplay y DSA (dynamic search ads o campañas dinámicas de búsqueda). Los buenos resultados logrados han hecho que FootDistrict haya sido incluido por primera vez en la lista del Financial Times Europe's Fastest Growing Companies 2021, en el puesto 29/100.