

Interactiva. Enero 2004.
Freixenet: A tu salud



A TU SALUD

Otros que no pueden faltar nunca son los cavas y los vinos que copan los espacios publicitarios durante estas fechas, todos los años. Este año, Freixenet, además de su tradicional spot de felicitación por parte de un famoso (este año Paz Vega), ha sorprendido con un rompedor anuncio de Cordon Negro orientado al público joven. Gracias a esta novedad, la marca ha decidido completar su campaña navideña con una acción especial en la Red. Mediante banners y e-mailing se captaba al público para llevarle a un minisite (en www.freixenet.es) donde visualizar todos los anuncios de este año y un divertido making off. La agencia Vyrtoom abre así una nueva estrategia para la marca que irá evolucionando en el futuro en la Red. X

Además, la web de Freixenet ha abierto su espacio a nuevas propuestas lúdicas estrenando con el recién llegado año 2004 nuevos juegos. Accesibles desde el apartado Freixenegames, los participantes pueden poner a prueba su inteligencia y habilidad compitiendo entre sí para ganar distintos premios. Y de paso, comentar la jugada y minar la moral de sus contrincantes a través del foro creado para tal fin. Como no podía ser de otra manera, las burbujas Freixenet han sido las protagonistas de la comunicación creada en Flash para anunciar la nueva sección y que se ha difundido a través de un mailing online. El estreno del nuevo apartado lúdico coincide en el tiempo con la renovación de la home de www.freixenet.es, donde se ha hecho hincapié en transmitir la elegancia que se asocia a la marca al tiempo que la frescura del producto.



Intro de la nueva home de www.freixenet.es.



Freixenet ha inaugurado sección de juegos en su web.

